

ABSTRAK

Nazwa Puji Lestari, 1228030142, 2026, Fenomena *Flexing* di Instagram Pada Perilaku Konsumsi Generasi Z (Penelitian di Desa Kutamandiri Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar melalui kehadiran media sosial seperti Instagram. Generasi Z sebagai *digital native* lebih mudah terpapar berbagai fenomena di era digital, seperti fenomena *flexing*. Paparan terhadap fenomena tersebut membuat Generasi Z di Desa Kutamandiri menjadi lebih rentan terhadap tekanan gaya hidup, perilaku konsumsi, dan tren digital termasuk pada generasi muda di lingkungan pedesaan yang turut mengalami penetrasi budaya digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna *flexing* di Instagram bagi Generasi Z di Desa Kutamandiri, menganalisis fenomena *flexing* di Instagram dalam mendorong perilaku konsumsi Generasi Z di Desa Kutamandiri, serta mendeskripsikan fenomena *flexing* di Instagram dalam menciptakan realitas di dunia maya bagi Generasi Z di Desa Kutamandiri.

Fenomena *flexing* di Instagram mendorong pergeseran konsumsi ke arah simbolik serta berkaitan dengan cara Generasi Z di Desa Kutamandiri memaknai *flexing*, mendorong perilaku konsumsi, dan menciptakan realitas di dunia maya. Penelitian ini menggunakan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard yang menjelaskan pergeseran konsumsi dari nilai guna (*use value*) menuju nilai tanda (*sign value*), serta mencakup konsep simulasi (*simulacra*) dan *hiperrealitas*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Jenis data yang digunakan merupakan data kualitatif. Sumber data mencakup data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa makna *flexing* di Instagram bagi Generasi Z di Desa Kutamandiri tidak hanya sebagai aktivitas memamerkan kemewahan, gaya hidup, maupun pencapaian, tetapi juga sebagai representasi citra, pengakuan sosial, dan status di ruang digital, serta dimaknai sebagai sesuatu yang wajar hingga cenderung negatif. Fenomena *flexing* di Instagram mendorong perilaku konsumsi Generasi Z di Desa Kutamandiri melalui paparan visual yang menarik, dorongan mengikuti tren seperti *fashion*, aksesoris, dan tempat viral di media sosial, perasaan *fear of missing out* (FOMO), serta konsumsi simbolik yang mencerminkan pergeseran konsumsi dari nilai guna (*use value*) menjadi nilai tanda (*sign value*). Fenomena *flexing* di Instagram menciptakan realitas dunia maya bagi Generasi Z di Desa Kutamandiri melalui simulasi kehidupan yang tampak ideal, sehingga menghasilkan *hiperrealitas* yang menjadi acuan kesuksesan dan gaya hidup, serta mengaburkan batas antara realitas dan representasi.

Kata Kunci: Fenomena *Flexing*, Instagram, Perilaku Konsumsi, Generasi Z