

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial yang semakin maju pada masa kini telah membawa perubahan yang signifikan terhadap cara setiap orang berinteraksi dan mengekspresikan diri. Platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* (yang kini disebut *X*), *TikTok*, dan *Whatsapp* membantu khalayak media sosial¹ terhubung satu sama lain. Platform media sosial membantu khalayak media sosial mengakses informasi secara cepat dan mudah tanpa hambatan batasan geografis. Khalayak media sosial mendapat ruang untuk menunjukkan ekspresi diri dan kreativitas secara bebas di media sosial.

Gereja Katolik menilai media sosial sebagai suatu lingkungan di mana orang-orang berinteraksi, berbagi pengalaman, dan menjalin relasi.² Gereja Katolik memantapkan citra media sosial bukan hanya sebagai “sarana-sarana”, tetapi juga untuk menyerukan agar Kabar Baik diwartakan dalam ruang lingkup digital.³ Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana evangelisasi pada ruang geografis dan budaya yang terisolasi, serta dapat memperkuat rasa kesatuan yang nyata dengan komunitas kaum beriman di seluruh dunia.⁴

Gereja Katolik menilai bahwa kehadiran media sosial dapat memberi pengaruh positif bagi kehidupan umat jika penggunaannya dilakukan secara bijak, etis, dan bertanggung jawab. Paus Benediktus XVI menyatakan:

¹Khalayak media sosial diartikan sebagai orang yang menggunakan, menerima, dan mengonsumsi (konten) media sosial.

Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., *Teori dan Riset Khalayak Media* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hlm. 8.

²Seri Dokumen Gerejawi No. 140, *Verso Una Piena Presenza (Menuju Kehadiran Penuh)*, penerj. Bernadeta Harini Tri Prasasti (Jakarta: Departemen Dokumentasi dan Penerangan Konferensi Waligereja Indonesia, 2024), hlm. 5.

³*Ibid.*, hlm. 7.

⁴Paus Benediktus XVI, “Jejaring Sosial: Pintu Kebenaran dan Iman, Ruang Baru untuk Evangelisasi”, *Pesan Bapa Suci untuk Hari Komunikasi Sosial Sedunia ke-47*, 12 Mei 2013; <http://komunikasisosial.blogspot.com/2013/02/2013-pesan-paus-untuk-harikomunikasi.html>; diakses pada 25 September 2025.

Ruang-ruang tersebut - bila dimanfaatkan secara bijak dan berimbang - membantu memajukan berbagai bentuk dialog dan debat, yang bila dilakukan dengan penuh hormat dan memerhatikan privasi, bertanggung jawab dan jujur, dapat memperkuat ikatan kesatuan di antara individu-individu dan memajukan kerukunan keluarga manusiawi secara berdaya-guna. Pertukaran informasi dapat menjadi komunikasi yang benar, relasi-relasi dapat mematangkan pertemanan, koneksi-koneksi dapat mempermudah persekutuan. Bila jejaring sosial terpanggil untuk mewujudkan potensi besar ini, orang-orang yang terlibat di dalamnya harus berupaya menjadi autentik, karena di dalam ruang itu, orang tidak hanya berbagi gagasan dan informasi, tetapi pada akhirnya orang mengkomunikasikan dirinya sendiri.⁵

Pernyataan Paus Benediktus XVI sebagaimana yang termuat dalam kutipan di atas menunjukkan bahwa Gereja Katolik menaruh perhatian yang serius terhadap penggunaan media sosial pada masa kini. Penggunaan media sosial hendaknya membawa pengaruh yang positif bagi kehidupan umat, serta mempunyai tujuan untuk membangun dialog yang bermakna dan menciptakan hubungan antarindividu yang kuat. Sikap hormat, tanggung jawab, jujur, dan penghargaan terhadap ruang privasi menjadi syarat utama yang harus dipenuhi agar media sosial menjadi tempat yang tepat untuk bertukar informasi dan mempererat ikatan sosial.

Gereja Katolik menekankan keautentikan (autentisitas) diri setiap orang dalam interaksi di media sosial. Jika setiap orang berusaha menghadirkan jati dirinya secara autentik, maka relasi yang dibangun dapat mendorong ikatan persekutuan yang mendalam dan bermakna, tanpa manipulasi dan sandiwara. Setiap orang yang menunjukkan kreativitas, penampilan, dan ekspresi dirinya secara autentik di media sosial akan mampu membangun suatu komunikasi yang jujur, tulus, dan saling menghargai. Tanpa keautentikan diri, komunikasi di media sosial menjadi tidak bermakna, penuh kepalsuan, dan terkesan tidak ideal.

Meskipun Gereja Katolik menilai media sosial dapat menjadi ruang untuk berbagi iman, membangun komunitas, dan memberi banyak pengaruh positif, harus diakui bahwa pada saat ini muncul kecemasan, ketakutan, dan sikap waspada terhadap pengaruh negatif akibat penyalahgunaan media sosial. Paus Fransiskus

⁵*Ibid.*

menghimbau seluruh umat supaya bersikap reflektif bukan reaktif dan berhati-hati dalam menggunakan media sosial, sehingga tidak terperangkap dalam pengaruh negatif yang ditimbulkan.⁶ Himbauan Paus Fransiskus membawa kesadaran bahwa media sosial dapat memberikan dua sisi pengaruh bagi para penggunanya: pengaruh positif jika media sosial digunakan secara bijak, etis, dan bertanggung jawab, sebaliknya, pengaruh negatif jika media sosial tidak digunakan sebagaimana mestinya.

Dalam praktik penggunaan media sosial pada saat ini, muncul fenomena-fenomena baru yang menunjukkan pengaruh negatif media sosial bagi kehidupan masyarakat. Salah satunya adalah fenomena *flexing*. *Flexing* dapat dipahami sebagai perilaku atau sikap memamerkan kekayaan dan kemewahan di media sosial demi mendapatkan pengakuan dari orang lain.⁷ *Flexing* menjadi salah satu cara untuk membentuk citra diri yang ideal di dunia digital, khususnya media sosial, sebagai simbol status sosial dan prestise yang ingin ditampilkan.⁸

Di Indonesia, fenomena *flexing* di media sosial semakin populer, beriringan dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna *platform* media sosial. Ketergantungan terhadap media sosial menjadi “penyakit” bagi masyarakat Indonesia karena banyak waktu luang dihabiskan untuk sekedar berselancar di media sosial.⁹ Khalayak media sosial, khususnya kelompok remaja dan orang muda menjadikan *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok*, dan *Whatsapp* sebagai panggung sosial mereka.

Khalayak media sosial membagikan konten berupa foto dan video yang menampilkan barang-barang dan gaya hidup mewah, serta pengalaman untuk

⁶Daniel Ahmad Fajri, “Vatikan Imbau Uskup dan Umat Hati-Hati Main Media Sosial, Muncul Kesukuan Digital” *Tempo*, 30 Mei 2023, <https://www.tempo.co/internasional/vatikan-imbau,uskup-dan-umat-hati-hati-main-media-sosial-muncul-kesukuan-digital--182489>, diakses pada 25 September 2025.

⁷Ety Nurhayat dan Rahkmaditya Dewi Noorizki, “*Flexing*: Perilaku Pamer Kekayaan di Media Sosial dan Kaitannya dengan *Self-Esteem*”, *Jurnal Flourishing*, 2:5 (Malang: 2022), hlm. 370.

⁸Roida Pakpahan dan Donny Yoesgiantoro, “Analisa Pengaruh *Flexing* di Media Sosial terhadap Kehidupan Masyarakat”, *Jurnal JISICOM*, 7:1 (Jakarta: Juni 2023), hlm. 176.

⁹Andreas Daniel Panggabean, “Ini Data Penggunaan Media Sosial Indonesia Tahun 2024” *RRI*, 29 Mei 2024, <https://rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>, diakses pada 26 September 2025.

memproyeksikan versi ideal kehidupan mereka.¹⁰ Tindakan ini menunjukkan pengaruh media sosial yang memotivasi setiap orang untuk menganggap media sosial sebagai sarana memperkenalkan diri, terlibat dalam dunia sosial, serta keinginan untuk tampil trendi dan tidak ketinggalan zaman.¹¹

Roida Pakpahan dan Donny Yoesgiantoro menjelaskan bahwa berdasarkan data *We Are Social* pada tahun 2023, Indonesia mempunyai 212,9 juta pengguna internet dan 167 juta di antaranya adalah pengguna aktif media sosial. Hal ini memungkinkan sekitar 60,4% populasi masyarakat Indonesia dapat menggunakan media sosial sebagai medium utama untuk melakukan *flexing*.¹² Jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang semakin meningkat dari waktu ke waktu mengindikasikan begitu banyaknya masyarakat yang tertarik untuk memasuki dunia media sosial.¹³ Namun, masyarakat cenderung memanfaatkan media sosial sebagai medium dalam menunjang gaya hidup, termasuk memamerkan kekayaan dan kemewahan.¹⁴

Fenomena *flexing* di media sosial dapat membawa pengaruh yang tidak diinginkan. Patricia Nathania dan Lisa Esti Puji Hartanti dalam penelitian terhadap orang muda di Jakarta pada tahun 2025 menunjukkan bahwa konten *flexing* dari gaya hidup para *influencer*¹⁵ media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku perbandingan sosial di kalangan orang muda. Konten *flexing* mendorong orang muda untuk mengikuti bahkan menyaingi gaya hidup yang ditampilkan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hampir 58,3% orang

¹⁰Hawwin Fitra Raharja, dkk., “*Flexing on Social Media Among Indonesian Teenagers: A Literature Review*”, *Jurnal ISET*, Vol. 10 (Semarang: 2024), hlm. 437.

¹¹*Ibid.*

¹²Roida Pakpahan dan Donny Yoesgiantoro, *loc. cit.*

¹³Hasil survei pada Februari 2025 oleh *We Are Social* menunjukkan bahwa *WhatsApp* menjadi *platform* media sosial terpopuler di Indonesia (90,9%). *Platform* media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia adalah *YouTube* (143 juta pengguna), diikuti *Facebook* (122 juta pengguna), *TikTok* (108 juta pengguna), dan *Instagram* (103 juta pengguna). Tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 80,66%, didominasi oleh Generasi Z yang menghabiskan rata-rata 188 menit per hari untuk mengakses konten media sosial. Presentase pengguna *platform* media sosial di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat.

Hootsuite (We Are Social), “Data Digital Indonesia 2025”, 28 Februari 2025, <https://share.google/OkM2QQz7u4j2sdOLV>, diakses pada 26 September 2025.

¹⁴Ety Nurhayat dan Rahkmaditya Dewi Noorrizki, *op. cit.*, hlm. 369.

¹⁵*Influencer* diartikan sebagai seseorang yang memengaruhi atau mengubah perilaku orang lain. *Cambridge Dictionary*, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/influencer>, diakses pada 26 September 2025.

muda cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain karena didorong oleh konten *flexing* di media sosial.¹⁶

Berdasarkan jajak pendapat terbatas pada kalangan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Gajah Mada yang dilakukan oleh tim peneliti Diskusi Kelompok Mahasiswa (DISKOMA) pada tahun 2023, tercatat sebanyak 83,6% dari 55 responden menemukan banyak pejabat publik yang melakukan *flexing* di media sosial. Hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya pejabat yang memamerkan harta, mengenakan barang mewah, dan berpenampilan glamor. Sebanyak 63% responden berasumsi bahwa pejabat publik yang sering melakukan *flexing* di media sosial hendaknya dicurigai melakukan tindak pidana korupsi. Responden menilai para pejabat yang melakukan *flexing* di media sosial menunjukkan contoh perilaku yang tidak etis.¹⁷

Syarifah Chairunnisak, dkk., dalam penelitian terhadap mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Malikussaleh Aceh pada tahun 2025 menyatakan bahwa fenomena *flexing* membawa risiko terhadap kualitas relasi sosial. Gaya penampilan diri yang berlebihan dapat memicu persepsi negatif seperti kesombongan dan ketidakautentikan diri, serta memunculkan dinamika perbandingan sosial yang tidak sehat di antara rekan sebaya.¹⁸ Relasi sosial yang dibangun bersifat dangkal dan semu karena hanya berfokus pada pencitraan, bukan pada hubungan yang berkualitas.

Jumai'yah Nur Wahidah dan Khodijah dalam penelitian terhadap pengguna media sosial pada tahun 2023 menyatakan bahwa fenomena *flexing* sebagai tindakan mencari popularitas diri. Pengaruh fenomena *flexing* menyebabkan seseorang lebih mementingkan penilaian orang lain terhadap penampilan dirinya. Pengaruh lainnya, fenomena *flexing* menyebabkan kerugian ekonomi karena

¹⁶Patricia Nathania dan Lisa Esti Puji Hartanti, "Pengaruh Konten Media Sosial terhadap *Social Comparison* pada Orang Muda di Jakarta (Studi pada Konten *Flexing Influencer TikTok @siscakohl*)", *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8:2 (Jakarta: Agustus 2025), hlm. 249.

¹⁷Departemen Ilmu Komunikasi UGM, "Rilis Berita Diskoma: Memaknai Gaya *Flexing* Pejabat Publik di Media Sosial, Magister Ilmu Komunikasi UGM Gelar Diskusi" 21 Juli 2023, <https://dikom.fisipol.ugm.ac.id/rilis-berita-diskoma-memaknai-gaya-flexing-pejabat-publik-di-media-sosial-magister-ilmu-komunikasi-ugm-gelar-diskusi/>, diakses pada 27 September 2025.

¹⁸C.f. Syarifah Chairunnisak, dkk., "*Flexing* sebagai Strategi Representasi Diri di Media Sosial: Studi Fenomenologis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh", *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 5:1 (Aceh: Maret 2025), hlm. 178-179.

mendorong seseorang menjadi pribadi yang konsumtif karena mengeluarkan biaya yang besar hanya demi mendapatkan pengakuan dari orang lain atas penampilan dirinya.¹⁹

Nurul Lutfiah Sultan, dkk., dalam penelitian terhadap mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2025 menyatakan bahwa fenomena *flexing* lebih cenderung membawa pengaruh negatif daripada memberikan manfaat. Fenomena *flexing* dapat mendorong orang pada tindakan penipuan, korupsi, bahkan kriminal dengan tujuan memenuhi kebutuhan gaya hidup mewah dan mempertahankan citra diri yang dipamerkan. Fenomena *flexing* juga dapat memicu perbandingan sosial serta rasa kurang percaya diri, tidak mampu, dan tidak lebih baik dari orang lain. Fenomena *flexing* juga bertentangan dengan ajaran Islam yang sangat menekankan nilai kesederhanaan dalam penggunaan harta.²⁰

Roida Pakpahan dan Donny Yoesgiantoro menyatakan bahwa fenomena *flexing* di media sosial dapat menimbulkan perubahan perilaku gaya hidup. Pada saat ini, orang menggunakan suatu barang bukan karena melihat fungsinya lagi, tetapi berdasarkan merek atau simbol. Munculnya keinginan untuk mengikuti konten *flexing* di media sosial dapat mengarahkan orang untuk berperilaku konsumtif dan hedonis yang berpotensi mengikis nilai kesederhanaan yang dijunjung tinggi dalam agama dan masyarakat.²¹

Fenomena *flexing* yang marak terjadi pada saat ini bertentangan dengan praktik hidup modestia.²² Fenomena *flexing* dapat mengaburkan bahkan menghilangkan praktik modestia dalam kehidupan masyarakat, khususnya

¹⁹C.f. Jumai'ah Nur Wahidah dan Khodijah, "Fenomena *Flexing* di Medsos: Dampaknya pada Hubungan Sosial dan Ekonomi", *Jurnal HIDMAH*, 2:1 (Surabaya: Desember 2023), hlm. 31.

²⁰Nurul Lutfiah Sultan, dkk., "Persepsi Mahasiswa tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Perspektif Maqāṣid Syarī'ah", *Jurnal El-Faqih*, 11:1 (Makassar: April 2025), hlm. 173.

²¹Roida Pakpahan dan Donny Yoesgiantoro, *op. cit.*, hlm. 177.

²²Padanan arti kata modestia yang sesuai dalam bahasa Indonesia adalah keugaharian yang berarti kesederhanaan dan kesopanan. Arti kata ini menekankan pentingnya hidup sederhana, menghindari hal-hal yang berlebihan, mengutamakan kebutuhan dasar dan hal-hal yang esensial dalam kehidupan sehari-hari.

C.f. Adriaan Wakarry, "Teladan Ugaharian Rasul Paulus dan Dampaknya bagi Kehidupan Kristen Masa Kini berdasarkan Filipi 4:11-12", *TZEDAQA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen*, 1:1 (Kota Batu: April 2025), hlm. 6.

khalayak media sosial. Nilai kesederhanaan, kesopanan, keautentikan diri, pengendalian diri, dan solidaritas dapat terkikis maknanya jika fenomena *flexing* dibiarkan berlangsung terus-menerus.

Realitas yang terjadi menunjukkan adanya pertentangan nilai antara fenomena *flexing* yang sedang populer di media sosial dengan nilai-nilai modestia. Perkembangan media sosial pada saat ini telah membawa konsekuensi terhadap perubahan cara pandang tentang praktik hidup modestia. Praktik modestia sebagai cara hidup dinilai sebagai tantangan yang menghambat orang untuk menampilkan citra diri yang ideal, bahkan berlebihan demi pengakuan sosial. Akibatnya, orang menjadi tidak lagi peduli dengan cara hidupnya di dunia nyata. Hal yang terpenting adalah bagaimana orang mendapat penilaian dan pengakuan atas dirinya di media sosial.

Meskipun media sosial menjadi sarana untuk mengekspresikan diri secara bebas, khalayak media sosial dihadapkan pada dua pilihan: tetap mempertahankan cara hidupnya yang sesuai dengan nilai-nilai modestia atau terperangkap dalam godaan konsumtif dan gaya hidup mewah yang dipamerkan di media sosial. Khalayak media sosial yang menekankan nilai-nilai modestia dalam praktik hidupnya tentu akan berupaya mengekspresikan dirinya di media sosial apa adanya tanpa berlebihan. Mereka akan berlaku rendah hati, tidak memamerkan kekayaan yang dimiliki, berinteraksi secara jujur, berlaku sopan, dan menunjukkan diri secara autentik di media sosial. Sikap seperti ini menunjukkan khalayak media sosial yang terlindung bahkan dapat mengikis pengaruh negatif fenomena *flexing*.

Praktik hidup modestia termasuk yang terjadi di media sosial bukan hanya soal kesederhanaan penampilan dan materi, tetapi juga bagaimana membangun relasi yang bermakna dan tulus antarindividu, tanpa manipulasi citra diri. Gereja Katolik menekankan bahwa setiap orang mempunyai peran dalam menciptakan interaksi yang bermakna dan mendalam, bukan dangkal dan singkat.²³ Berbagai *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*, dan *Whatsapp* dapat memperlancar relasi sosial dan memajukan kesejahteraan masyarakat. Namun, media sosial juga dapat menyebabkan pertentangan dan perpecahan yang

²³Seri Dokumen Gerejawi No. 140, *Verso Una Piena Presenza*, *op. cit.*, hlm. 22.

lebih dalam di antara pribadi-pribadi dan kelompok-kelompok. Dunia digital yang mencakup media sosial adalah ruang umum yang terbuka, sebuah tempat pertemuan di mana semua orang bisa saling mendukung atau menjatuhkan, terlibat dalam diskusi yang sarat makna atau melakukan serangan yang tidak jujur.²⁴

Gereja Katolik melalui dekret *Inter Mirifica* menghendaki supaya khalayak media komunikasi sosial terhindar dari segala sesuatu yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Khalayak media sosial hendaknya belajar mengendalikan diri dan melawan segala pengaruh yang merugikan.²⁵ Nilai kebijaksanaan, tanggung jawab, dan etika sangat ditekankan dalam penggunaan media sosial. Hal ini bertujuan supaya penggunaan media sosial tidak menyebabkan tergerusnya nilai-nilai kemanusiaan seperti kasih, penghargaan terhadap sesama, dan kejujuran dalam berkomunikasi. Penggunaan media komunikasi, termasuk media sosial hendaknya ditempatkan dalam konteks pelaksanaan kebebasan dan tanggung jawab yang matang berdasarkan kriteria tertinggi keadilan dan kebenaran.²⁶

Media sosial yang dimanfaatkan dengan panduan nilai-nilai modestia dapat mendukung dialog yang bertanggung jawab, hormat, dan jujur. Nilai-nilai modestia memperkuat ikatan sosial dan menjaga etika komunikasi di dunia digital, termasuk di media sosial. Hal ini selaras dengan tujuan hukum moral komunikasi yang mementingkan hak-hak dan martabat pribadi manusia.²⁷ Nilai-nilai modestia dapat menjadi panduan etis yang penting dalam menghadapi berbagai fenomena negatif di ranah digital, termasuk di dalamnya fenomena *flexing* yang marak terjadi di media sosial.

Fenomena *flexing* yang kini marak terjadi di media sosial bertentangan dengan esensi modestia. Pengaruh negatif fenomena *flexing* dapat diatasi jika khalayak media sosial mampu mengimplementasikan nilai-nilai modestia dalam

²⁴C.f. Komisi Komsos KWI, *Pedoman Penggunaan Media Sosial* (Jakarta: KWI, 2018), hlm. 55.

²⁵C.f. Konsili Vatikan II, *Dokumen Konsili Vatikan II*, penerj. R. Hardawiryana, SJ., cetakan XII (Jakarta: Obor, 2013), hlm. 57-58.

²⁶Seri Dokumen Gerejawi No. 111, *A. Gereja dan Internet, B. Etika dalam Komunikasi, C. Perkembangan Cepat* (Jakarta: Departemen Dokumentasi dan Penerangan Konferensi Waligereja Indonesia, 2019), hlm. 51.

²⁷Seri Dokumen Gerejawi No. 23, *Inter Mirifica Dekrit tentang Upaya-Upaya Komunikasi Sosial, Gravissimum Educationis Pernyataan tentang Pendidikan Kristen* (Jakarta: Departemen Dokumentasi dan Penerangan KWI, 1992), hlm. 7.

praktik hidup mereka. Hal ini memungkinkan khalayak media sosial dapat menggunakan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab. Nilai-nilai modestia yang diterapkan dapat membentuk identitas diri khalayak media sosial yang autentik. Dalam konteks fenomena *flexing* yang semakin marak terjadi di media sosial, implementasi nilai-nilai modestia tidak hanya menjadi panduan etis dalam komunikasi digital, tetapi juga mampu mendorong analisis lanjutan terhadap topik tersebut dalam perspektif ajaran Gereja Katolik.

Banyak hasil penelitian terdahulu yang mengkaji fenomena *flexing* dari perspektif psikologis, ekonomi, etika, komunikasi sosial, dan ajaran agama lain. Namun, masih sangat terbatas penelitian yang secara khusus membahas fenomena *flexing* berdasarkan ajaran Gereja Katolik. Penelitian-penelitian terdahulu lebih menekankan pada diskusi tentang pengaruh fenomena *flexing* terhadap proses pembentukan identitas diri dalam konteks psikologi sosial. Masih sangat terbatas penelitian yang membahas pengaruh fenomena *flexing* terhadap proses pembentukan identitas diri dalam konteks praktik hidup modestia.

Peneliti menilai sangat penting untuk mengkaji secara mendalam pengaruh fenomena *flexing* dalam konteks ajaran Gereja Katolik. Penelitian ini berupaya mengkaji fenomena *flexing* dan pengaruhnya terhadap praktik hidup modestia khalayak media sosial berdasarkan penilaian dan tanggapan dari dokumen *Verso Una Piena Presenza*. Peneliti berpendapat bahwa dokumen *Verso Una Piena Presenza* dapat membawa inspirasi baru dalam memberikan refleksi, penilaian, tanggapan, sekaligus rekomendasi yang berkaitan dengan pengaruh fenomena *flexing* yang semakin meluas di media sosial dan bertentangan dengan nilai-nilai modestia.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Pertanyaan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana kajian dokumen *Verso Una Piena Presenza* tentang pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik modestia khalayak media sosial? Pertanyaan utama di atas diuraikan lagi ke dalam beberapa sub-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena *flexing* terjadi di media sosial dan pengaruhnya terhadap khalayak media sosial?

2. Bagaimana nilai modestia dapat menjadi panduan etis dalam menghadapi pengaruh fenomena *flexing* di media sosial?
3. Bagaimana upaya dalam mengatasi pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik modestia khalayak media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas adalah mengkaji dokumen *Verso Una Piena Presenza* dalam memberikan penilaian dan tanggapan tentang pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik modestia khalayak media sosial. Penelitian ini juga bertujuan untuk:

1. Menganalisis fenomena *flexing* yang terjadi di media sosial dan pengaruhnya terhadap khalayak media sosial.
2. Menunjukkan bahwa nilai modestia dapat menjadi panduan etis dalam menghadapi pengaruh fenomena *flexing* di media sosial.
3. Menunjukkan upaya dalam mengatasi pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik modestia khalayak media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam menyebarluaskan pengetahuan tentang penilaian dan tanggapan dokumen *Verso Una Piena Presenza* mengenai pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik hidup modestia khalayak media sosial. Hasil penelitian ini juga dapat memperkuat nilai-nilai modestia sebagai model pembinaan spiritual dan sosial di tengah kemajuan teknologi digital, secara khusus *platform* media sosial. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan sumbangsih pengetahuan kepada peneliti lain yang hendak melakukan penelitian pada bidang yang sama, sehingga penelitian selanjutnya dapat dikembangkan secara lebih baik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan rekomendasi bagi pihak-pihak yang terkait dalam upaya menghadapi pengaruh fenomena *flexing* di media sosial. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi panduan bagi khalayak media sosial supaya memanfaatkan media sosial sebagai sarana dan ruang yang mendukung

nilai-nilai modestia. Hasil penelitian ini juga dapat membawa kesadaran baru bahwa penerapan nilai-nilai modestia dapat menjadi panduan etis dalam mengatasi pengaruh negatif fenomena *flexing* yang terjadi di media sosial.

1.5 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian campuran (*mixed method*) kualitatif-kuantitatif. Jenis penelitian ini dipilih karena peneliti ingin mendapatkan hasil yang komprehensif terhadap topik penelitian yang akan dibahas. Objek dalam penelitian ini adalah fenomena *flexing* dan nilai modestia, sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah khalayak media sosial. Peneliti berusaha mendapatkan penilaian mengenai persepsi dan pengalaman subjektif khalayak media sosial yang berhubungan dengan pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik modestia.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa survei berskala *likert* dan observasi non-partisipan. Peneliti mengamati konten, interaksi, perilaku, dan gaya hidup khalayak media sosial tanpa terlibat langsung dalam aktivitas mereka di media sosial. Teknik analisis data dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah khalayak media sosial yang beragama Katolik dan aktif menggunakan empat *platform* media sosial yakni *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, dan *Twitter*. Peneliti berusaha mengetahui pandangan, sikap, dan perilaku dari 100 responden yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya fokus pada fenomena *flexing* yang semakin populer di media sosial, pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik hidup modestia khalayak media sosial, nilai-nilai modestia yang dapat menjadi panduan etis dalam menghadapi pengaruh fenomena *flexing* di media sosial, dan kajian dokumen *Verso Una Piena Presenza* dalam memberikan penilaian dan tanggapan terhadap fenomena *flexing*.

1.7 Sistematika Penulisan

Tulisan ini terdiri atas lima bab. Bab I merupakan pendahuluan. Pada bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, ruang lingkup penelitian, hipotesis penelitian, sistematika penulisan, dan kajian literatur.

Bab II merupakan penelitian terhadap fenomena *flexing* pada khalayak media sosial. Pada bab ini memuat enam sub-bab. *Pertama*, konsep khalayak media sosial, yang mencakup pengertian media sosial, pengertian khalayak media sosial, dan gambaran khalayak media sosial di Indonesia. *Kedua*, dinamika interaksi dan pembentukan identitas khalayak media sosial. *Ketiga*, fenomena *flexing*, yang mencakup pengertian *flexing*, pelaku fenomena *flexing* di media sosial, dan perkembangan fenomena *flexing* di Indonesia. *Keempat*, faktor terjadinya fenomena *flexing* di media sosial, yang mencakup faktor eksternal, internal, dan faktor lainnya. *Kelima*, pengaruh fenomena *flexing* pada khalayak media sosial, yang mencakup pengaruh terhadap pelaku dan penerima konten *flexing* di media sosial. *Keenam*, merupakan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang diuraikan dalam bab ini.

Bab III merupakan kajian pustaka terhadap dokumen *Verso Una Piena Presenza* dan konsep modestia. Pada bab ini memuat empat sub-bab. *Pertama*, dokumen *Verso Una Piena Presenza*, yang mencakup konteks, tujuan, struktur isi, dan kerangka literatur dokumen *Verso Una Piena Presenza*. *Kedua*, konsep modestia, yang mencakup pengertian dan spektrum konsep modestia. *Ketiga*, nilai modestia yang mencakup nilai kesederhanaan dan kesopanan. *Keempat*, merupakan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang diuraikan dalam bab ini.

Bab IV merupakan hasil olahan data penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik modestia khalayak media sosial berdasarkan kerangka kajian dokumen *Verso Una Piena Presenza* dan konsep modestia. Pada bab ini memuat sembilan sub-bab. *Pertama*, gambaran umum responden yang berfokus pada hubungan antara fenomena *flexing* dengan nilai modestia berdasarkan hasil survei terhadap responden. *Kedua*, analisis kuantitatif persepsi dan perilaku responden, yang mencakup deskripsi variabel fenomena

flexing (X), deskripsi variabel modestia (Y), serta uji validitas dan reliabilitas fenomena *flexing* dan nilai modestia. *Ketiga*, analisis kualitatif observasi non-partisipan, yang mencakup bentuk fenomena *flexing* di media sosial, pola perilaku khalayak media sosial terhadap fenomena *flexing*, dan pengaruh *flexing* terhadap interaksi sosial. *Keempat*, pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik modestia khalayak media sosial dalam terang dokumen *Verso Una Piena Presenza*, yang mencakup *flexing* dan keautentikan diri, *flexing* dan pengendalian diri, serta *flexing* dan solidaritas. *Kelima*, tanggapan dan penilaian dokumen *Verso Una Piena Presenza* tentang pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik modestia khalayak media sosial. *Keenam*, refleksi kritis terhadap konflik antara nilai modestia dan fenomena *flexing*. *Ketujuh*, rekomendasi dokumen *Verso Una Piena Presenza*, yang mencakup memaknai “kehadiran penuh” di media sosial: kehadiran yang penuh kasih dan autentik, belajar dari *Orang Samaria yang Baik Hati*, etika komunikasi yang “memanusiakan” manusia, serta bersikap kritis, bukan reflektif. *Kedelapan*, diskusi tentang nilai modestia sebagai panduan etis penggunaan media sosial, yang mencakup relevansi nilai modestia terhadap penggunaan media sosial, nilai modestia sebagai panduan etis dalam menghadapi pengaruh fenomena *flexing* di media sosial, serta upaya mengatasi pengaruh fenomena *flexing* terhadap praktik hidup modestia khalayak media sosial. *Kesembilan*, merupakan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang diuraikan dalam bab ini.

Bab V merupakan penutup. Pada bab ini memuat kesimpulan, saran, dan keterbatasan dari penelitian yang juga memuat rekomendasi untuk topik penelitian lanjutan.