

ABSTRAK

Media sosial sebagai bagian dari komunitas jaringan Internet telah berkembang dengan begitu pesat. Apabila dahulu media sosial berfungsi sebagai media untuk memenuhi kebutuhan untuk saling berkirim pesan, pada saat ini fungsinya telah bergeser kepada gaya hidup. Sehingga muncul istilah *influencer* dan *content creator* yang merujuk kepada pengguna media sosial yang membuat konten untuk dibagikan kepada pengguna media sosial yang lain. Latar belakang penelitian ini adalah munculnya fenomena yang saat ini disebut *flexing*. Yaitu konten yang berisikan pamer gaya hidup mewah dan harta benda yang dibagikan oleh *content creator* di media sosial. Salah satu yang paling dikenal di media sosial Indonesia adalah Doni Salmanan. Penelitian ini bermaksud mencari persepsi dan pemaknaan pengguna media sosial terhadap perilaku *flexing* dalam konten video *YouTube* Doni Salmanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan. Rumusan masalah penelitian ini bagaimana persepsi pengguna sosial media terhadap konten *flexing* yang dilakukan *YouTuber* Doni Salmanan. Teori yang digunakan yaitu Teori Masyarakat Tontonan dan Teori Kontruksi Sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi yang berbeda-beda dari khalayak. Ada yang menyukai, tidak suka, dan menerima makna tetapi tidak mau menerapkannya dalam keseharian. Perbedaan makna dipengaruhi oleh nilai, kebudayaan, dan latar belakang yang dimiliki dalam individu.

Kata Kunci : Persepsi, *Flexing*, Media Sosial, *YouTube*, Doni Salmanan,

ABSTRACT

Social media as part of the Internet network community has grown so rapidly. In the past, social media functioned as a medium to meet the need to exchange messages, now its function has shifted to a lifestyle. So that the terms influencer and content creator appear which refer to social media users who create content to be shared with other social media users. The background of this research is the emergence of a phenomenon that is currently called flexing. Namely content that contains showing off a luxurious lifestyle and property that is shared by content creators on social media. One of the most well-known in Indonesian social media is Doni Salmanan. This research intends to look for perceptions and meanings of social media users on flexing behavior in Doni Salmanan's YouTube video content. The method used in this research is descriptive qualitative analysis which produces descriptive data in the form of written or spoken words from informants. The problem formulation of this research is how the perception of social media users towards flexing content by YouTuber Doni Salmanan. The theories used are Society of Spectacles Theory and Social Construction Theory. The results of this study indicate different perceptions of the audience. There are those who like, dislike, and accept meaning but do not want to apply it in their daily life. The difference in meaning is influenced by the values, culture, and background possessed by the individual.

Keywords: Perception, Flexing, Social Media, YouTube, Doni Salmanan

