

KONSEP “MANUSIA AUTENTIK” MENURUT SØREN KIERKEGAARD DALAM MENYIKAPI FENOMENA *FLEXING* PADA KAUM MUDA

Yulianus Evantus Hamat ^{1*}, Fransiskus A. D. Satyawardhana ¹, Agustinus Fordino ¹, Nur Oktavianus Yeval ¹

¹Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana, Malang, Indonesia
Corresponding author: yulianushamatsmm@gmail.com

Abstract Fokus utama tulisan ini adalah menggali konsep manusia autentik menurut Søren Kierkegaard dalam menyikapi fenomena flexing pada kaum muda. Fenomena flexing adalah kecenderungan untuk memamerkan gaya hidup mewah dan kesuksesan (pencapaian) yang diraih seseorang dengan tujuan untuk serta mendapat pengakuan dari sesama. Fenomena flexing tengah merambat kepada semua manusia pada zaman modern. Tanpa terkecuali kaum muda. Dalam menyikapi fenomena ini, penulis mengambil konsep manusia autentik dari Søren Kierkegaard. Dia adalah seorang filsuf eksistensialisme yang memusatkan pemikirannya pada manusia dan problematika yang dialaminya. Penulis melihat bahwa konsep manusia autentik yang digagas Søren Kierkegaard mampu menjadi solusi untuk memutus mata rantai fenomena flexing pada kaum muda. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui apa itu fenomena flexing, penyebab fenomena flexing, apa itu manusia autentik menurut Søren Kierkegaard, serta apa sumbangan gagasan manusia autentik Søren Kierkegaard dalam meminimalisir merebaknya fenomena flexing pada kalangan kaum muda. Tulisan menggunakan pendekatan studi pustaka dengan pembacaan kritis atas pemikiran Søren Kierkegaard dan fenomenologi terhadap fenomena flexing. Penelitian ini menemukan bahwa kecenderungan untuk pamer di media sosial atau flexing dilatarbelakangi oleh krisis eksistensi dan pengakuan pada kaum muda.

Keyword:

Flexing, kaum muda, manusia autentik, media sosial, Søren Kierkegaard

Article Info

Received : 11 May 2024

Accepted : 10 Jun 2024

Published : 13 Jun 2024

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan multimedia khususnya internet dan media sosial telah membawa pengaruh yang demikian luas dan signifikan bagi hidup manusia. Masifnya perkembangan tersebut tidak hanya sekedar mengubah cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi tetapi menciptakan corak kebudayaan baru, bahkan mengubah cara manusia mengada. Teknologi melampaui hakekatnya sebagai instrumen dan menghadirkan diri sebagai quasi subyek, aktor dan sistem nilai yang mempengaruhi dan membentuk pola berpikir,

bersikap dan bertindak dengan cara tertentu (Saeng, 2010). Manusia yang dulunya menjadi creator akhirnya tunduk dan patuh pada alat-alat teknis atau teknologi. Manusia menjadi faktum dan pemeran figuran, sedangkan internet dan alat-alat teknologi menjadi faktor dan sutradara. Perkembangan dan kemajuan media komunikasi ini memang dalam banyak hal memberikan efektivitas dan kemudahan bagi aktivitas manusia, tetapi penting untuk disadari bahwa hendaknya penggunaan teknologi tidak menggantikan prinsip-prinsip dasar antara mana sarana dan mana tujuan. Nilai-nilai atau ukuran-ukuran yang dipakai untuk menyeleksi fakta-fakta dan mempengaruhi penggunaan teknologi haruslah didasarkan pada kodrat manusia dengan segala manifestasinya, dengan segala perkembangannya dan kebutuhan-kebutuhan yang mendukung perkembangan hidup manusia (Fromm, 2007). Sebab, jika tidak jernih dan jeli melihat ini, maka media akan mendiktekan kehendak kita.

Satu dari sekian fenomena akut yang mendera manusia modern saat ini adalah fenomena *flexing* atau kecenderungan untuk “pamer” di media sosial. Fenomena *flexing* adalah suatu kecenderungan untuk menampilkan kekayaan materi atau status sosial dengan cara yang berlebihan melalui platform-platform media sosial dengan tujuan untuk memperoleh pujian dan pengakuan dari sesama. Hal-hal yang dipamerkan seperti barang mewah, liburan di luar negeri, jet pribadi, ATM dan barang-barang mewah lainnya. Hal ini biasanya dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan posisi sosial, menunjukkan pada kemampuannya dan untuk melahirkan kesan bagi orang lain (Darmalaksana, 2022). Perilaku *f*

lexing sebagaimana diungkapkan Nur Khyati, dkk biasanya berkebalikan dengan orang yang memang kaya secara sungguhan. Orang kaya sungguhan tidak ingin dirinya menjadi pusat perhatian. Seperti dalam pepatah “kemiskinan menjerit, tetapi kekayaan berbisik” (Khayati, dkk. 2022). Semua fenomena yang terjadi ini dalam kacamata Søren Kierkegaard (selanjutnya ditulis Kierkegaard) merupakan dampak dari kekosongan jiwa pada manusia. Khususnya manusia modern. Kekosongan jiwa yang dimaksud Kierkegaard di sini adalah di mana manusia memiliki dualitas sikap yang berbeda yakni apa yang ditunjukkan pada penampilan luarnya, itu sangat berbeda dengan apa yang dialami di dalam batinnya (Tjaya, 2004). Dalam rangka mengatasi jiwanya, manusia modern berusaha melakukan banyak cara. Namun, cara yang dipilih cenderung mengantar mereka kepada hidup dalam kepalsuan. Dalam konteks tulisan ini, kepalsuan yang dimaksud adalah kecenderungan untuk memamerkan segala sesuatu seperti barang-barang mewah di dalam dunia maya sementara kehidupan dalam realitas sesungguhnya tidak sesuai dengan yang ditunjukkan dalam dunia maya.

Persoalan ini meresahkan penulis, sebab apa yang dipertontonkan di dalam media sosial bertolak belakang dengan realitas sebenarnya. Penulis mengambil konsep manusia autentik yang digagas Kierkegaard karena konsep manusia autentik sangat relevan dan mampu membawa manusia modern secara khusus kaum muda untuk kembali kepada kesadaran akan jati dirinya sebagai manusia. Manusia yang hidup sesuai dengan nilai-nilai hidup yang dipilih, terlepas dari tekanan sosial dan pengaruh budaya setempat. Penulis sendiri adalah bagian dari kaum muda yang juga hidup dalam pusaran arus globalisasi dan tawaran dunia digital yang semakin hari semakin menggiurkan. Dalam menghadapi aneka tantangan ini, panggilan untuk menjadi diri dan manusia autentik sangatlah dibutuhkan dan menjadi sesuatu yang mendesak.

Dalam menyelesaikan tulisan ini, penulis melakukan analisis terhadap beberapa studi terdahulu khususnya dengan peneliti-peneliti yang mengangkat tema yang sama dengan yang dikaji penulis dalam artikel ini. Hal ini bertujuan untuk mengetahui posisi penulis di antara para peneliti lain yang juga mengangkat konsep manusia autentik dari Søren Kierkegaard dan fenomena *flexing* yang menjadi fokus utama tulisan ini. Terkait dengan fenomena *flexing*,

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Tedjo Setyo Nugroho, dkk. Dengan judul

penelitian, “Persepsi Fenomena *Flexing* Selebgram pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui persepsi *Flexing* selebgram pada kalangan mahasiswa di kampus Untag Surabaya. Penelitian mereka berfokus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya dengan kriteria usia 22-24 tahun. Metode yang digunakan adalah pendekatan studi fenomenologi yang berhubungan dengan makna, serta menggunakan teori Konstruksi Sosial Media Massa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Proses analisis data menggunakan analisis data induktif. Hasil penelitian mengungkapkan adanya suatu persepsi dari suatu fenomena *flexing* selebgram, yakni bukan hanya dari bisnis, konten, sosial melainkan terdapat persepsi lainnya seperti pengakuan diri sendiri dan seseorang yang membutuhkan pujian dari orang lain di dalam media sosial.

Kedua, Anisatul Mardinah dalam penelitiannya yang berjudul “Fenomena *Flexing*: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam” menegaskan bahwa fenomena *flexing* atau memamerkan kekayaan dan kehidupan mewah di sosial media dipandang tidak etis karena tidak sesuai dengan ajaran Islam. Penelitiannya bertujuan untuk memahami fenomena *Flexing* di media sosial dalam perspektif etika Islam. Metode yang digunakan adalah paradigma kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yaitu pendekatan penelitian yang tidak menggunakan hipotesis atau dugaan sementara dalam proses analisisnya. Penelitiannya menemukan bahwa perilaku *flexing* yang marak terjadi pada kalangan masyarakat modern dalam kaca mata etika Islam dipandang sebagai tindakan yang tidak etis oleh karena tidak sesuai dengan norma atau ajaran dalam agama Islam.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Za'in Fiqron. Penelitiannya berjudul “Signifikansi Eksistensialisme Religius Søren Kierkegaard Di Era Digital”. Penelitiannya bertujuan untuk mengkontekstualisasikan gagasan eksistensialisme religius Søren Kierkegaard di era digital. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif yang datanya diambil dengan model dokumenter. Data-data diambil penulis dari literatur kekinian terkait pemikiran Kierkegaard dan problematika era digital. Data dianalisis penulis dengan metode hermeneutika Hans Gadamer. Penelitian ini menemukan bahwa pemikiran Kierkegaard kaya akan khazanah teologi, filsafat, dan spiritualitas yang secara khusus mampu menjawab kegelisahan eksistensial dari manusia, yakni dengan cara bergulat kepada kebatinannya.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Ferdinandus Eltyson Prayudi dengan judul penelitian “Konsep Manusia Autentik Menurut Søren Kierkegaard”. Penelitian ini dilatarbelakangi keprihatinan peneliti terhadap sikap manusia modern dewasa ini yang cenderung memusatkan perhatiannya pada aspek lahiriah dan mengabaikan sikap batin. Akibatnya manusia cenderung hidup dalam kepalsuan. Sebab, segala sesuatu yang dilakukan tidak dengan penghayatan. Hidup tanpa penghayatan yang dimaksud penulis adalah hidup yang tidak otentik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah adalah studi pustaka dengan sumber utama dari buku *Concluding Unscientific Postscript* (1846) karya Søren Kierkegaard sendiri. Penelitiannya menemukan bahwa konsep manusia otentik menurut Søren Kierkegaard terkait dengan manusia sebagai individu konkret yang memiliki inisiatif, kebebasan, dan tanggung jawab (Praydi, 2017).

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas, penulis melihat adanya kebaruan dari penelitian ini yakni terletak pada elaborasi yang dilakukan penulis terkait konsep manusia autentik yang digagas oleh Søren Kierkegaard dengan fenomena *flexing* yang melanda kaum muda. Penulis menemukan bahwa fenomena *flexing* yang dialami kaum muda sekarang terjadi karena minimnya kesadaran akan eksistensi diri sebagai kaum muda. Minimnya kesadaran akan eksistensi ini diamini karena kurangnya kemampuan untuk merefleksikan setiap tindakan yang

dilakukan setiap hari. Atas dasar itulah penulis menyodorkan konsep manusia autentik yang digagas Kierkegaard untuk membawa kaum muda pada kesadaran sebagai manusia. Dalam mengurai penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dalam artikel ini, penulis belum menemukan dari para peneliti yang mengulas secara spesifik terkait konsep manusia otentik yang menjadi pemikiran Søren Kierkegaard dalam menyikapi fenomena *flexing* pada kaum muda. Kenyataan ini meyakinkan penulis bahwa tulisan ini memiliki kebaruan khususnya dalam melihat fenomena *flexing* dalam kolaborasinya dengan konsep manusia otentik karya Søren Kierkegaard.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni studi pustaka dengan pembacaan kritis atas karya-karya dari Søren Kierkegaard serta studi fenomenologi atas fenomena *flexing* yang terjadi pada kalangan manusia modern khususnya kaum muda. Penelitian dimulai dengan pengumpulan berbagai karya Søren Kierkegaard baik berupa tulisan-tulisan Kierkegaard yang menjadi sumber primer maupun referensi sekunder berupa artikel ilmiah, jurnal-jurnal baik online maupun jurnal cetak yang mengkaji terkait pemikiran tentang manusia autentik dari Søren Kierkegaard serta aneka referensi yang menulis tentang fenomena *flexing*. Selanjutnya, penulis melakukan eksplorasi pemikiran Kierkegaard dengan pemikiran penulis guna menarik relevansi dari tulisan ini untuk para peneliti selanjutnya. Artikel ini juga dilengkapi dengan kemampuan penulis dalam mengelaborasi fenomena *flexing* dengan pemikiran Kierkegaard. Penulis membatasi kajian dalam artikel ini pada konsep manusia autentik dari Søren Kierkegaard dan fenomena *flexing* pada kaum muda.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Sekilas Tentang *Flexing*

Kata *flexing* pertama-tama muncul di kalangan ras kulit hitam untuk menunjukkan “keberanian” atau “pamer” kepada orang lain (Jawade Hafidz, 2022). Terminologi ini mulai terkenal sejak tahun 1990-an. Sedangkan secara harfiah, terminologi ini lebih condong kepada makna “pamer” atau semacam menunjukkan sesuatu kepada orang lain supaya mendapat penilaian atau pengakuan. Lebih lanjut mengutip Hafidz, dalam kamus Merriam Webster sebagaimana dijelaskan Hafidz, kata *flexing* memiliki nuansa memamerkan sesuatu secara mencolok. Dalam ilmu ekonomi, perilaku *flexing* dipahami sebagai perilaku yang memiliki sikap konsumtif yang berlebihan. Hal ini sangat tampak dalam kecenderungan untuk menghabiskan uang hanya untuk membeli barang-barang yang lagi trend atau membeli barang-barang yang super mewah dengan motivasi untuk menunjukkan kepada orang lain demi pengakuan akan finansial, status serta untuk menui pujian dari *warganet*.

Hal senada diungkapkan oleh Nur Khayati, dkk. Khayati mengungkapkan bahwa *flexing* dianggapnya sebagai suatu pembohongan oleh karena perilaku yang ditunjukkan dalam media sosial tidak benar-benar sesuai dengan realita (Khayati, dkk. 2022). Perilaku *flexing* biasanya dilakukan oleh mereka-mereka yang ingin diakui dan dipandang orang bahwa status sosialnya tinggi. Tindakan *flexing* tidak jarang hanya dilakukan oleh kalangan kelas atas dalam hal ini orang-orang kaya, tetapi juga oleh mereka yang berada pada kelas menengah ke bawah atau mereka yang memiliki pendapatan ekonomi dalam rentangan rata-rata. Hal ini dilakukan oleh karena adanya keinginan untuk dipandang sebagai orang-orang yang mampu memenuhi semua keinginan selayaknya orang-orang kaya. Di samping keinginan untuk diakui, mereka menghalalkan beragam macam cara untuk memenuhi tuntutan gaya hidup (*life style*) zaman ini. Semua perubahan yang terjadi ini, dapat dilihat sebagai bukti konkret bahwa hasrat pada

pengakuan status yang dialami masyarakat modern sedang berada pada fase ambang batas kegilaan.

3.2. Fenomena *Flexing* Pada Kaum Muda

Kaum muda ada, hidup, dan bergerak dalam suatu *cyrcle* pada zamannya. Pergumulan hidup sehari-hari kaum muda zaman ini termanifestasikan secara nyata dalam suatu sistem yang disebut sistem jaringan atau *Web*. Sistem jaringan merupakan emblem yang sangat memengaruhi cara kerja, berpikir, dan berperasaan kaum muda. Dengan sistem jaringan yang penulis maksudkan adalah internet. Bagi kaum muda, internet lebih sebagai ruang ketiga, setelah “aku” dan “kamu” yang sulit diterawang dan dijangkau oleh indera. Pada tataran tertentu ketergantungan akan internet bahkan semakin merebak pada kalangan kaum muda. Internet bukan saja menjadi ruang keseharian-ku, tetapi melampaui itu, tetapi justru menjadi itu yang menyebabkan “adiksi” bagi kaum muda kebanyakan. Di dalam dunia sosial yang terkoneksi dengan jaringan internet, kaum muda dapat dengan bebas mengekspresikan diri dengan kemampuan yang dimilikinya. Beragam macam cara ditempuh untuk tetap eksis di media sosial. Maka benarlah diktum yang dilontarkan oleh F. Budi Hardiman yang mengatakan bahwa “*aku klik, maka aku ada*”. Kaum muda akan merasa dirinya “ada” ketika ia dalam rentang waktu 24 jam menyempatkan diri untuk berselancar di media sosial. Sebaliknya, perasaan cemas dan hampa akan terasa ketika satu atau dua jam mereka tidak menyalakan ponselnya. Ini juga menjadi problem baru pada kaum muda, yakni apa yang disebut sebagai *FOMO: fear of missing out* (ketakutan berlebihan ketika kurang update atau kelewatan berita di media sosial).

Saat ini perilaku *flexing* menjadi salah satu masalah sosial yang marak dihadapi oleh kaum muda di Indonesia. Perilaku ini berseliweran di media sosial. Jika ditelusuri dengan jeli, fenomena ini muncul dan semakin berkembang seiring dengan adanya trend pada kalangan kaum muda yang ramai saling adu fashion dengan cara memamerkan pakaian, handphone terbaru, mobil, dll yang dikenal dengan sebutan *outfit*, termasuk gaya hidup lainnya yang terkait dengan barang-barang mewah. Salah satu kasus yang patut diangkat penulis terkait merebaknya fenomena *flexing* ini adalah gaya hidup yang dipertontonkan oleh anak pejabat Ditjen Pajak Rafael Alun Trisambodo, Mario Dandy Satrio sebagaimana dikutip penulis dari pernyataan Lu, Luatul Chizanah, S.Psi., M.A., seorang pengamat psikologi sosial di UGM yang mengatakan bahwa perilaku Mario Dandy yang senang membagi konten tentang barang-barang mewah miliknya melalui akun pribadinya di media sosial merupakan bentuk tindakan *flexing*. Menurut Ika, tindakan yang dilakukan oleh Mario Dandy ini merupakan unsur kesengajaan yang dilakukan untuk menunjukkan kepemilikan material maupun *property* yang cukup bagi kebanyakan orang.

Fenomena serupa dilakukan oleh para isteri pejabat lembaga kementerian, sehingga menjadi sorotan publik oleh karena gaya hidup mereka yang suka pamer barang-barang mewah di depan khalayak umum di media sosial. Dari realitas mekarnya fenomena *flexing* pada kaum muda dan sederet pejabat pemerintah di atas, tampak bahwa keinginan untuk mendapat kekayaan tidak hanya menjadi sarana pemenuhan kebutuhan hidup dan keinginan hidup nyaman, tetapi juga agar dihargai secara sosial. Pada kondisi ini, bahayanya adalah apabila orang tidak lagi peduli pada yang lain disekitarnya. Lantas, masifnya trend ini di ruang publik cepat atau lambat berujung pada pergeseran pola pikir pada kalangan masyarakat luas. Terutama mereka yang orientasinya mulai diarahkan kepada pencapaian eksistensi diri dengan mengejar kekayaan dan kesenangan duniawi. Harkat dan martabat sosial berupa kekayaan bergeser menjadi ukuran sukses dalam kehidupan. Munculnya kasus-kasus dan maraknya panorama gaya hidup yang cenderung pamer gaya pakaian, barang mewah, serta prestasi-prestasi seperti ini akan mbingkai aktivitas orang-orang yang sibuk mencari jati dirinya. Kaum muda adalah

bagian dari manusia modern yang juga tengah berada pada fase pencarian akan jati dirinya, baik melalui media sosial maupun dalam realitas kehidupan konkret. *Flexing* dengan demikian menjadi ladang yang subur bagi mereka untuk mengaktualisasikan pencarian jati diri ini. Tindakan *flexing* yang dilakukan kaum muda barang tentu dilandasi oleh sederet faktor yang turut memengaruhi mereka untuk berperilaku *flexing*.

3.3. Faktor-faktor yang Mendorong Kaum Muda Bertindak *Flexing* di Media Sosial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap perilaku *flexing* sejatinya terdapat beberapa faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan *flexing* di media sosial diantaranya, pertama-tama untuk memuaskan ego pribadi demi kebahagiaan batinnya serta membangun identitas sosial dengan memaksimalkan karakter positif dan meminimalisir karakter negatif dalam diri (M. Asronum N. Sholeh). Di samping itu, penyebab lain orang melakukan tindakan *flexing* adalah pengaruh dari lingkungan pergaulan yang mana, setiap orang saling bersaing guna menyatakan status, ketenaran, dan kehadiran mereka di tengah masyarakat di mana mereka berada. Purwanigrum menambahkan bahwa terdapat empat aplikasi yang menjadi lahan subur bagi bertumbuhnya tindakan *flexing* pada manusia modern. Diantaranya; Pertama, aplikasi YouTube sebesar 93, 8%, Kedua, WhatsApp sebesar 87, 7%, ketiga, Instagram, 86, 6%, dan keempat, Facebook 85, 5%. Dari hasil penelitian yang dilakukan Purwanigrum di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial juga berperan dan sekaligus menjadi penyumbang terbesar untuk penyebaran trend *flexing* di media sosial (Purwaningrum, 2021).

Secara umum, para pelaku *flexing* melakukan tindakan pamer baik secara langsung maupun melalui media sosial merupakan mereka-mereka yang senang memandang status, kemewahan, kehormatan, kekayaan, dan gemar megoleksi barang-barang mewah serta membangga-banggakan budaya dan orientasinya ke arah hal-hal yang berbau materialistik. Mereka cenderung untuk mengejar kenikmatan serta pemenuhan perasaan yang ditujukan untuk diri sendiri secara berlebihan sebagai *way of life* sehari-hari dengan maksud untuk menunjukkan superioritas mereka di Antara yang lain (Antonius Tedy, 2023). Bertolak dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa fenomena *flexing* yang gencar sekarang ini senantiasa mengarah pada perilaku yang ditunjukkan untuk mencari rekognisi akan stas status sosial dengan cara memamerkan gaya hidup glamour, kekayaan dan kemewahan yang dimiliki serta kelas sosial/strata di masyarakat. Dengan mengadopsi gaya hidup pamer, seseorang mencoba mencari pengakuan dan legitimasi perbedaan status dari yang lain (Daviq Chairilisyah, 2019).

3.4. Dampak-Dampak Perilaku *Flexing*

3.4.1. Perubahan budaya dan sosial.

Pengaruh ini tampak dalam pergeseran pola hidup yang semakin tajam dalam masyarakat. Pergeseran ini didasari oleh kecenderungan terhadap mereka yang lebih tertarik untuk memperlihatkan secara publik kekayaan, hidup mewah, maupun prestasi-prestasi yang diperoleh secara mencolok di media sosial. Perlu diakui bahwa kepenuhan akan kebutuhan ekonomi, prestasi yang diperoleh, kesehatan yang memadai, dan gaya hidup yang layak menjadi elemen yang sangat dibutuhkan dalam hidup manusia pada zaman ini. Ketiganya menjadi suatu kebutuhan primer untuk dipenuhi. Namun, ini akan menjadi persoalan katika ketiga hal pokok ini menjadi pusat perhatian dari kehidupan manusia. Di mana, kemewahan, prestasi dan gaya hidup menjadi sebuah habitus yang digemari sebagai lorong untuk mencari popularitas, pengakuan, penerimaan dan pembedaan eksistensi diri dengan yang lain. Pandangan semacam ini tentu bertentangan dengan kultur budaya masyarakat Indonesia yang didalamnya termaktub segudang nilai kebijaksanaan, toleransi yang sangat tinggi, serta nilai-nilai kemanusiaan sebagai

way of life masyarakat yang telah diwariskan dari leluhur secara turun-temurun. Lantas, hadirnya *flexing* sebagai *life style* dari manusia modern yang banyak dicari sudah pasti akan menggusur nilai kebijaksanaan, kemanusiaan, dan harga diri yang mewarnai kehidupan masyarakat Indonesia. Nilai kebhinekaan dan persatuan dengan sendirinya akan tergerus oleh karena kemunculan fenomena yang memikat banyak manusia modern ini. Dengan demikian, dari perspektif budaya dan sosial, kemunculan perilaku *flexing* ini memberi sumbangan negatif bagi keberlangsungan sistem sosial dan budaya bangsa Indonesia yang telah berdiri kokoh sejak dahulu kala.

3.4.2. Individualisme

Individualisme berakar pada materialisme (Bakker, 2000). Filsuf materialistis, entah bersifat monistis atau pluralistis, hanya memandang manusia sebagai 'individu' yaitu salah satu diantara banyak. Manusia seluruhnya tunduk pada kepentingan dirinya sendiri dan dengan demikian mengabaikan yang lain. Kenyataan bahwa perilaku *flexing* kerap dilakukan melalui media sosial yang ditandai dengan kehidupan banyak orang yang mudah dilihat secara terbuka kepada warganet di media sosial. Melalui media sosial dan akun pribadi yang dimiliki, seseorang akan dengan mudah membagikan apa yang menjadi aktivitas hariannya melalui *Internet of Thing* yang dapat menghubungkan orang dengan sesamanya di ruang *cyber*. Kecenderungan-kecenderungan ini turut membentuk pola yang menggeser kebiasaan untuk ada bersama dengan yang lain di dunia nyata akan beralih kepada sikap mementingkan diri sendiri dan asyik dengan dunianya sendiri.

3.4.3. Tergerusnya Kesadaran

Tergerusnya kesadaran seseorang sebagai dampak dari *flexing* di media sosial juga merambat pada terbentuknya karakter seseorang yakni sikap acuh tak acuh pada moral dan etika yang berlaku di lingkungan masyarakat. Sadar atau tidak, sebagai makhluk hidup yang berakal budi, manusia adalah makhluk yang memiliki kemampuan untuk berelasi sosial dengan sesamanya. Kenyataan bahwa manusia sebagai makhluk sosial seakan absen ketika orang sudah terkontaminasi dengan budaya *flexing* dalam hidup hariannya. Keinginan untuk memprioritaskan kebutuhan pribadi menjadi sedemikian kuat dan menomorduakan kepentingan bersama di masyarakat. Norma yang berlaku dalam masyarakat dimana kepentingan bersama didahulukan telah menjadi wacana semata ketika orang sudah nyaman bertahan dalam perilaku *flexing*. Berbagai dampak yang ditimbulkan oleh munculnya perilaku *flexing* pada manusia modern secara khusus pada kalangan kaum muda sebagaimana telah dipaparkan penulis di atas, jika ditelisik lebih dalam merupakan juga akibat dari minimnya kesadaran pada manusia akan eksistensinya di dunia. Oleh karena itu, penulis merasa perlu untuk menyodorkan konsep manusia otentik yang digagas oleh Søren Kierkegaard guna menyikapi merebaknya fenomena *flexing* pada kaum muda. Atas dasar itu, maka pada bagian ini penulis akan menguraikan konsep manusia autentik dari Søren Kierkegaard dan kemudian penulis akan menarik relevansinya dengan fenomena *flexing*.

3.4.4. Eksistensi Manusia menurut Søren Kierkegaard

Søren Kierkegaard memandang manusia sebagai roh dan roh itu adalah diri (*self*). Hal ini tampak dalam salah satu karyanya yang berjudul "*Sickness unto Death*". Manusia sebagai roh memaksudkan bahwa manusia pada dasarnya memiliki dalam dirinya suatu karakter rohani, atau memiliki suatu ada rohani. Ada rohani yang dimaksud Kierkegaard di sini sama sekali tidak berkonotasi ke arah mistis, tetapi merujuk pada pengertian bahwa manusia memiliki

kemampuan yang bersifat rohani yaitu kebebasannya. Lebih jauh, Kierkegaard menegaskan, manusia sebagai makhluk yang bebas bukan berarti bahwa ia boleh dengan sewenang-wenang bertindak atas hidupnya. Manusia sebagai makhluk yang bebas di sini oleh karena ia memiliki kapasitas kesadaran yang baik, serta mampu mengontrol atau mengendalikan dirinya sendiri. Manusia sebagai makhluk yang bebas, sadar bahwa ia hidup di dunia ini sebagai kenyataan ada belaka, tetapi pada saat yang sama ia mencari pemahaman atas kenyataan kehidupannya di dunia ini. Karena itu, manusia adalah makhluk yang bukan hanya ada tetapi ia adalah makhluk yang mengada, *to exist*. Manusia bereksistensi secara bebas untuk melihat dan memaknai hidupnya secara pribadi. Perealisisan makna menjadi ini dilakukan karena ia dapat menyadari adanya pilihan-pilihan dalam hidup. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa karakter sadar ini memungkinkan manusia untuk memilih makna hidupnya.

3.5. Manusia Autentik menurut Søren Kierkegaard

Menjadi manusia autentik menurut Kierkegaard adalah panggilan hidup setiap manusia. Panggilan untuk menjadi manusia autentik berkaitan erat dengan eksistensi manusia sebagai makhluk yang berakal budi yang membedakannya dengan makhluk hidup lainnya (Kierkegaard, 1946). Mengada berarti menghadapi persoalan hidup dan bukan lari darinya. Lebih lanjut Kierkegaard mengatakan bahwa untuk menjadi manusia autentik, orang perlu mengenal dirinya sendiri. Proses pengenalan itu adalah proses belajar (Aleksander, 1959). Proses belajar tertinggi bukanlah hal-hal baru di dunia luar, tetapi justru mengenal dan memahami diri sendiri secara penuh. Sebab, jika orang tidak mengenal dirinya sendiri secara penuh, maka ia tidak akan pernah merasa bahagia. Pada saat yang sama, ia tidak akan menjadi manusia yang bijaksana. Menjadi manusia bijaksana erat kaitannya dengan menjadi manusia autentik. Dengan memiliki kebijaksanaan hidup, orang tidak akan mudah tergiur oleh apapun yang ditawarkan kepadanya, termasuk propaganda yang sifatnya membuat dia terkenal di khalayak umum. Kierkegaard tetap berpegang teguh pada keyakinan bahwa memilih yang tepat untuk hidup yang berguna adalah proses mentransendensikan diri kepada sesuatu yang melampaui tawaran-tawaran yang berseliweran di dunia ini.

Menjadi manusia autentik adalah dambaan setiap orang di zaman modern ini. Tidak ada seorang manusia pun yang menolak cita-cita menjadi manusia autentik. Sebab, menjadi manusia autentik adalah menjadi manusia yang bahagia. Banyak orang menempatkan kebahagiaan sebagai tujuan hidupnya dan kebahagiaan sejati hanya dapat diakses jika orang menghendaki dirinya sendiri yang autentik, yang asli dan tidak dilumuri dengan beragam kepalsuan dalam hidup.

3.6. Menjadi Manusia Autentik adalah Panggilan Semua Kaum muda

Derasnya gempuran arus globalisasi yang mengepung manusia modern membuat panggilan untuk menjadi manusia autentik menjadi sebuah keharusan. Menjadi manusia autentik adalah panggilan semua orang. Utamanya kaum muda. Kaum muda menjadi *agen of change* dunia dengan segala kebijakan yang ada didalamnya. Oleh karena itu, panggilan untuk menjadi manusia autentik mestinya mendapat tempat istimewa dalam daftar hidup dan pilihan kaum muda. Lantas, mengapa pilihan menjadi manusia autentik itu penting dan mendesak bagi kita yang hidup dalam dunia modern seperti sekarang ini? Bagi Kierkegaard, ada beberapa alasan penting yang kiranya dikemukakan di sini.

Pertama, agar setiap orang tidak hidup dalam kepalsuan. Dalam artian bahwa penampilan luar berbeda sama sekali dengan apa yang menjadi kenyataan real hidupnya. Kierkegaard menghendaki hidup yang jujur, apa adanya, penuh hasrat dan memiliki komitmen yang kuat

dalam hidup. Hidup dalam kepalsuan seperti yang telah dikemukakan oleh Kierkegaard menjadi penyakit yang mengidap manusia modern, tanpa terkecuali kaum muda. Kaum muda berusaha untuk tampil dengan *style* yang bertolak belakang dengan realitas kehidupan nyata sehari-hari. Gaya hidup seperti ini menjadikan mereka untuk “lupa diri” dan berusaha untuk tampil menarik dengan motif untuk mendapat apresiasi dan pengakuan dari sesamanya. Dalam hal ini, panggilan untuk menjadi pribadi yang autentik seolah absen di kalangan kaum muda.

Kedua, agar setiap pribadi tidak larut dalam pujian dan pengakuan publik. Suburnya pengakuan dan pujian publik terhadap penampilan di media sosial, menjadikan orang larut dan ikut arus dalam keinginan untuk selalu diakui dan dipuji. Pada saat yang sama orang sudah tidak peduli dengan apa yang menjadi panggilan hatinya untuk hidup secara autentik. Berani menjadi manusia autentik adalah obat anti neurosis. Oleh karena itu, menjadi manusia autentik itu layak menjadi tujuan hidup seseorang.

3.7. *Flexing* sebagai Krisis Keautentikan Pada Kaum Muda

Dalam kacamata Kierkegaard, orang yang kurang menyadari eksistensi diri dan minimnya merefleksikan setiap tindakan yang dilakukan setiap hari adalah bagian dari penyakit krisis eksistensial atau krisis makna hidup. Krisis eksistensial biasanya dialami oleh individu. Krisis individual ditandai dengan tiga macam hal yang dialami manusia seperti kekosongan hidup, kesepian dan kecemasan. Kekosongan merupakan suatu kondisi yang dialami individu yang tidak mengetahui lagi apa yang diinginkannya dan tidak lagi memiliki kekuasaan akan apa yang dialaminya. Individu yang mengalami kesedihan mengarahkan dirinya kepada orang lain dalam rangka mencari pegangan atau petunjuk bagi penentuan hidupnya. Pribadi-pribadi yang demikian, tidak mampu menghadapi problem hidupnya dan berusaha mencari kelompok-kelompok atau cara-cara yang membuatnya bisa merasa nyaman. Dalam dunia modern, gambaran orang-orang yang demikian ialah mereka yang cenderung pamer gaya hidup dan prestasi yang diperoleh di hadapan orang banyak dalam media sosial. Baginya, tidak muncul di depan layar membuatnya merasa hampa. Dengan demikian, dia tidak memiliki pegangan yang membuatnya bisa yakin bahwa tanpa ber-*flexing* di media pun segalanya akan berjalan dengan semestinya.

Kedua, kesepian. Kesepian pada dasarnya adalah masalah yang juga dihadapi manusia modern. Bagi Kierkegaard, kesepian bersumber dari kekosongan jiwa. Dalam kesepian, individu mengalami keterputusan hubungan dengan sesama sehingga ia tinggal dalam kesendirian dalam individualitasnya dan hanya dapat berhubungan dengan dirinya sendiri. Orang-orang semacam ini menemukan dirinya tidak berdaya, tidak berharga dan akan kehilangan gairah untuk hidup. Ketiga, selain kekosongan dan kesepian, kecemasan juga menjadi penyakit yang menjangkiti manusia modern secara khusus kaum muda. Kecemasan diamini sebagai salah akibat dari krisis makna hidup. Individu merasa tidak memiliki pegangan dan dalam hal ini kehilangan pusat kontrol dalam hidup. Salah satu kecemasan yang dialami kaum muda sekarang adalah *FOMO* (*fear of missing out*). Dalam menghadapi ketiga penyakit di atas, manusia diajak untuk menghadapinya dan bukan sebaliknya lari dari persoalan. Sebab, semuanya ini menjadi bagian dari hidup manusia yang perlu untuk diatasi dengan kembali kepada panggilan umum untuk menjadi manusia autentik. Menyadari eksistensi sebagai manusia merupakan langkah yang tepat untuk diambil tatkala tengah berada pada situasi sepi, cemas dan kosong.

3.8. Relevansi Konsep “Manusia Autentik” Menurut Søren Kierkegaard dalam Menyikapi Fenomena *Flexing*

Pertama, manusia sebagai individu yang berharga. Kemajuan ilmu pengetahuan dan

teknologi membawa perubahan yang sangat signifikan bagi hidup manusia saat ini. Hal itu sangat nampak dalam bidang komunikasi. Misalnya, orang tidak lagi berkomunikasi menggunakan surat seperti zaman dahulu, tetapi perkembangan teknologi sungguh mempermudah setiap orang untuk berkomunikasi dan dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan tanpa batas (Borgias, 2013). Perubahan zaman ini menjadikan relasi manusia dengan sesamanya berubah. Komunikasi dan interaksi tidak lagi mensyaratkan komunikasi langsung, melainkan dapat melalui media-media komunikasi digital seperti, *Facebook, Twitter, Instagram, Whatsupp, Tiktok*, dll. Hal ini menimbulkan fenomena baru seperti munculnya komunitas virtual. Pengaruhnya pada kaum muda adalah munculnya mentalitas egois, hidup hanya untuk dirinya saja dan kurang mepedulikan sesamanya. Bersamaan dengan itu, kaum muda kehilangan daya kritisnya untuk menilai dan membedakan mana yang berguna dan mana yang tidak untuk hidupnya. Dengan kata lain, kaum muda kaum muda kehilangan daya kritisnya untuk memilih teknologi yang ada. Kehilangan daya kritis itu meyebabkan kaum muda kehilangan orientasi hidup (James, 1983). Di tengah berbagai krisis yang melanda, seperti fenomena *flexing* pada kaum muda, kiranya perlu adanya penggalan kesadaran untuk melihat diriku sebagai pribadi yang berharga.

Kedua, kehausan akan makna hidup. Kaum muda yang hidup dalam pusaran globalisasi yang kian pesat, mengalami kehausan akan makna hidup. Tawaran dari produk-produk teknologi yang tadinya dianggap dapat menjawab segala persoalan yang dialaminya rupanya gagal. Di tengah pesatnya kemajuan teknologi dan kemudahan yang ditawarkannya, berbagai persoalan baru muncul dalam diri manusia. Kaum muda perlahan sadar bahwa berlimpah secara ekonomi ternyata tidak sepenuhnya membawa mereka untuk tidak membutuhkan sesuatu yang bisa menghilangkan rasa haus dalam jiwanya, mempunyai segala hal yang dibutuhkan tidak lantas membuat hidup kaum muda bahagia dan nyaman-nyaman saja. Di tengah situasi ini, kembali pemikiran Kierkegaard relevan. Bahwasannya, untuk mencapai kebahagiaan, orang mesti menemukan apa yang menjadi tujuan ia mencari kebahagiaan tersebut dalam hidup ini. Baginya, penemuan akan motivasi mengejar kebahagiaan seperti ketenangan dan kebahagiaan batin adalah pusat kebahagiaan sejati.

Ketiga, Materialisme dan masalah kehendak. Saat ini, orang berlomba-lomba mengumpulkan harta benda material. Bahkan nilai hidup itu sendiri ditentukan oleh materi. Akibatnya, *to have* menjadi primer terhadap *to be*, atau sebaliknya *to be* menjadi sekunder terhadap *to have*. Dengan konsumerisme mau ditunjukkan semangat untuk menikmati segala sesuatu dengan sepuas-puasnya, meski tidak pernah terpuaskan. Kenyataan seperti ini menjadi masalah akut pada masyarakat dewasa ini. Dengan demikian, materialisme dan konsumerisme membuat manusia tidak lagi menentukan dirinya sendiri melainkan ditentukan oleh sesuatu yang lain yang berada di luar dirinya yakni benda-benda materi. Fenomena *flexing* yang dialami kaum muda dalam perspektif Kierkegaard terjadi karena orang tidak berani masuk dalam dirinya. Kesibukan dunia membuat hati mereka jauh dari keheningan. Dia akan menjadi sadar akan tuntutan hatinya yang mendorongnya untuk maju dan membuat lebih baik daripada yang membuat pilihan dan komitmen serta memeluknya penuh dengan hasrat.

4. Simpulan

Flexing adalah kecenderungan untuk memamerkan gaya hidup, barang-barang mewah, maupun kesuksesan yang diraih seseorang di media sosial dengan tujuan untuk mendapat pengakuan dari *warganet*. Suburnya perilaku *flexing* pada kaum muda dilandasi dengan motivasi untuk mendapat pujian dan pengakuan dari sesamanya baik dilingkungan masyarakat maupun dalam dunia maya. Keinginan untuk diakui merupakan akar dari ketidakautentikan diri sebagai manusia. Demikian argumentasi Søren Kierkegaard dalam memandang gencarnya fenomena

flexing di kalangan kaum muda saat ini. menyikapi fenomena *flexing*, Kierkegaard menyodorkan konsep manusia autentik sebagai wujud solusi praktis atas kuatnya perilaku *flexing*. Menjadi manusia autentik berarti menjadi pribadi yang sejati dan menjalani hidup dengan asli tanpa ada unsur kepalsuan. Menjadi manusia autentik ialah menjadi pribadi yang mampu menyelaraskan apa yang ada di dalam batin dengan apa yang ditampilkan di luar diri. Menjadi manusia autentik erat kaitannya dengan menjadi manusia bijaksana. Sebab, dengan memiliki kebijaksanaan hidup, orang tidak akan mudah tergiur oleh apapun yang ditawarkan kepadanya, termasuk propaganda yang sifatnya membuat terkenal di khalayak umum.

Referensi

- Bakker, Anton. 2000. *Antropologi Metafisik*. Yogyakarta: Kanisius.
- Borgias, Fransiskus. M. 2013. *Manusia Pengembara, Refleksi Filosofis tentang Manusia*. Yogyakarta: Penerbit jalasutra.
- Colin, James. 1983. *The Mind of Kierkegaard*. Princenton University Press: New Jersey.
- Chairilisyah, Daviq. (2019). Strategy to Overcome the Problem Of Children Who Like to Show Off. *Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*. 3 (2): 101
- Darmalaksana, W. 2022. Studi *Flexing* dalam pandangan Hadits dengan metode tematik dan analisis Etika Media Sosial. *Gunung Djati Conference Series, 2nd Conference on Ushuluddin Studies*. 8: 412-427.
- Dru, Aleksander. 1959. *The Journals of Kierkegaard*. New York: Harper Torchbooks.
- Febrianto, Yoga. 2019. Konstruksi Rasional Kritis Generasi Milenial di Bawah Bayang-Bayang Post-Truth. *FORUM: Jurnal Filsafat Teologi*. STFT Widya Sanana. 48 (2): 75-93.
- Fromm, Erich. 2007. *Revolusi Harapan, Menuju Masyarakat Teknologi yang Semakin Manusiawi*. Jakarta: Pelangi Cendikia.
- Hafidz, Jawade. 2022. Fenomena *Flexing* di media sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *JCI: Jurnal Cakrawala Informasi*. 2(1): 10-28.
- Hardiman, Fransiskus Budi. 2021. *Aku klik maka Aku ada (Manusia dalam Revolusi Digital)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kelen, Donatus Sermada. 2020. *Revolusi Industri 4.0: Kapitalisme Neo-Liberal, Homo Deus dan wacana Solusi (Suatu Tinjauan Filsafat Sosial)*. Malang: Widya Sasana Publication.
- Khayati, Nur. 2022. Fenomena *Flexing* di media sosial sebagai ajang pengakuan kelas Sosial dengan kajian teori Fungsionalisme Struktural. *Jurnal Sosialisasi*, 9(2): 113-121.
- Kierkegaard, Søren. 1954. *Sickness unto Death*, Penterj. Walter Lowire. Doubleday: Garden City, New York.
- Kierkegaard, Søren. 1946. *Works of Love*, Penterj. David F. Svenson dan Lilian Marvin Swenson Princeton University Press: New Jersey.
- Mardinah, Anisatul. 2013. Fenomena *Flexing*: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam". *C- Tiars (International Conference on Tradition an Religious Studies)*, 1(1): 310-319.
- Mohamad Za'in Fiqron. 2023. Signifikansi Eksistensialisme Religius Søren Kierkegaard Di Era Digital. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*. 2(4): 663-673.
- Mokorowu, Yanny. Yeski. 2016. *Makna Cinta menurut Søren Kierkegaard*. Yogyakarta: Kanisius.
- Nugroho, Tedjo Setyo. 2022. Persepsi Fenomena *Flexing* Selebgram pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *SEMAKOM: UNTAG, 2023*. Surabaya.
- Prayudi, Ferdinandus Eltyson. 2017. Konsep Manusia Autentik Menurut Søren Kierkegaard. SKRIPSI. Universitas Widya Mandala: Surabaya.
- Purwaningrum, Aprilia Adiyati. 2021. Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesenjangan Sosial dan Pola Pikir Masyarakat Mengenai Paham *Flexing* Di Indonesia. *Jurnal Idea Universitas 17*

Agustus 1945 Surabaya. 28(202): 78-80.

- Rahayu, Sri. 2022. *Flexing* Sebagai Komunikasi Simbolik Pada Judul Konten ‘ah Official Youtube Channel,” *Jurnal Komunikasi dan Media*. 1(2): 73.
- Riyanto, Armada. 2015. *Kearifan Lokal Pancasila, Butir-butir Filsafat Keindonesiaan*. Dalam: *Kearifan Lokal Pancasila, Butir-butir Filsafat Keindonesiaan*, eds. Armada Riyanto et al. Yogyakarta: Kanisius.
- Saeng, Valentinus. 2020. *“Qou Vadis Subjek dalam imperium teknologi dan Lautan Media”. Iman dan pewartaan di era Multimedia*. Malang: Widya Sasana Publication.
- Sholeh, M. Asroun. N. 2020. *Panduan Bermuamalah Melalui Media sosial, untuk pelajar dan umum*. Jakarta: Erlangga.
- Tedy, Antonius. (2023). *Flexing dan Ketidaksadaran Manusia Dalam Konsep Carl Gustav Jung Tentang Topeng dan Shadow*. SKRIPSI. Malang: STFT Widya Sasana.
- Tjaya, Thomas Hidy. 2004. *Kierkegaard dan Pergulatan Menjadi diri Sendiri*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Wibowo, Setyo. A. 2007. *Paideia Filsafat Pendidikan-Politik Platon*. Yogyakarta: Kanisius.
- Yonas, Benediktus. 2020. *Menjadi Manusia Autentik Menurut Søren Kierkegaard*. (SKRIPSI). Malang: STFT Widya Sasana.

Sumber dari Internet:

- Aryo Putranto Saptohutomo, “*Para Istri Pejabat yang Gemar “Flexing” Berujung Dibongkar Netizen*”, Dilansir dari Kompas. Com, Diakses, Senin, 29 April 2024. <https://nasional.kompas.com/read/2023/03/20/1812059/para-istri-pejabat-yang-gemar-Flexing-berujung-dibongkar-netizen>.
- Ika, “*Dosen UGM beberkan Alasan Orang Berperilaku Flexing*,” *Universitas Gajah Mada*, Rabu, 1 Maret 2023, 1, <https://ugm.ac.id/id/berita/23509-dosen-ugm-beberkan-alasan-orang-berperilaku-Flexing>.