

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Abraham Maslow sebagai seorang psikolog mengatakan bahwa salah satu kebutuhan dasar yang ada pada oleh manusia ialah kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*). Kebutuhan ini menyangkut kebutuhan untuk dihargai baik kemampuannya, jabatannya, statusnya, kedudukannya dan lain sebagainya.¹ Oleh karena kebutuhan itulah, maka manusia berlomba-lomba memperlihatkan eksistensinya dalam berbagai hal dan melalui berbagai bentuk media penyampaian.

Secara khusus di era ini, sosial media sebagai salah satu produk teknologi mengambil peranan penting dalam kehidupan manusia khususnya dalam menjawab berbagai macam kebutuhan, tidak terkecuali kebutuhan akan penghargaan. Sosial media seringkali menjadi sarana untuk mempromosikan diri, mempromosikan produk, jasa, organisasi, lembaga maupun kelompok tertentu. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan apabila manusia masa kini seringkali memperlihatkan atau membagikan kegiatan mereka di sosial media. Beberapa orang akan memperlihatkan kegiatannya tersebut misalnya memperlihatkan kegiatan makan di restoran, membagikan foto atau video

¹Herimanto dan Winarno, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 20.

makanan yang sedang dikonsumsinya, kegiatan liburannya, memperlihatkan barang-barang pribadinya seperti kendaraan, pakaian, rumah, dan lain sebagainya yang sebenarnya tidak perlu untuk dipamerkan. Bagi beberapa orang, sosial media pun kadangkala dipakai untuk membagikan prestasi dan berbagai hal yang baik dari dirinya. Sadar ataupun tidak, tujuan dari tindakan tersebut ialah untuk mendapatkan pujian, penghargaan, pengakuan atau sekurang-kurangnya menarik perhatian dari kenalan maupun pihak tertentu sehingga memberi kesan yang baik serta menarik bagi yang melihatnya.² Hal ini mungkin dianggap baik bagi pelaku *flexing*, namun tidak selalu baik bagi mereka yang melihatnya apalagi jika hal tersebut dilakukan secara terus menerus, terkesan menonjolkan diri, memaksakan diri di mana hal yang dipamerkan tidak sesuai dengan kondisi nyata dari pelaku.

Manfaat dari sosial media tersebut sungguh sangat berdampak bagi manusia. Namun, sosial media juga kadangkala membuat manusia menjadi narsis dengan memamerkan kecantikan atau ketampanan diri, prestasi, kekayaan dan berbagai kehebatan lainnya. Narsis merupakan sikap yang ditandai dengan beberapa ciri yakni egois, sombong, terlalu percaya diri sehingga merasa lebih baik daripada orang lain, merasa berhak, terobsesi dengan kepentingan sendiri, kurangnya empati, menjadikan uang, ketenaran dan pencitraan sebagai tujuan hidup, kurang realistis, tingginya pengakuan

²Emanuel Martasudjita, *Tergerak oleh Belas Kasihan: Spiritualitas Kemuridan Kristiani* (Yogyakarta: Kanisius, 2022), 13–14.

diri serta rentan menyalahkan orang lain.³ Sikap narsis tersebut sebagai akibat dari keinginan untuk diakui, diterima, dihargai dan dikasihi oleh orang lain. Sikap-sikap yang demikianlah yang kemudian menjadi pendorong lahirnya istilah *flexing*.

Flexing ialah suatu kebiasaan seseorang yang dilakukan dengan memamerkan apa yang dilakukan serta dimilikinya di sosial media untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain dan semacamnya sehingga *flexing* adalah sebuah kegiatan.⁴ Syaruddin melihat *flexing* sebagai tindakan yang bertujuan untuk menunjukkan sesuatu yang dimiliki, namun dengan cara yang dianggap tidak menyenangkan bagi orang lain. Selain itu, *flexing* juga dipahami sebagai tindakan memamerkan sesuatu yang dimiliki secara pribadi dengan cara yang mencolok.⁵

Flexing di era ini sangat mudah dijumpai di sosial media dan dilakukan oleh berbagai kalangan. Salah satu contoh konkret dari tindakan *flexing* tersebut misalnya yang dilakukan oleh beberapa *influencer* Indonesia seperti Sisca Kohl yang seringkali membagikan kegiatannya memakan makanan dengan harga yang sangat fantastis bahkan seringkali memamerkan tumpukan uang.⁶ Selain itu, ada juga Indra Kens yang sering memamerkan harta kekayaannya serta Willie Salim yang sering memamerkan tumpukan uang dan gedung mewah

³Toba Sastrawan Manik, "Bahaya Budaya Narsis," *Kompas.com*, 2022, 6.

⁴Syaruddin dkk, *Fenomena Komunikasi di Era Virtualitas: Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial* (Jakarta: Green Publisher Indonesia, 2023), 77.

⁵Ibid.

⁶Ibid.

miliknya dan lain sebagainya. Selain melakukan *flexing* seperti dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para *influencer* tersebut, *flexing* juga dapat berupa tindakan yang mengekspos berbagai kegiatan di sosial media misalnya ketika memberi bantuan kepada orang yang berkekurangan baik dalam bentuk sembako, pakaian, uang tunai, dan lain sebagainya, pemberi bantuan biasanya akan mengambil gambar sebagai dokumentasi dan sekaligus untuk dibagikan di sosial media agar orang lain bisa mengetahui dan melihat tindakan dari orang tersebut. Tanpa disadari, tindakan yang demikian merupakan *flexing* yang kadangkala melupakan privasi orang lain yakni penerima bantuan.

Berbagai bentuk kenyataan tersebut membuat *flexing* menjadi sebuah budaya baru bagi manusia yang sangat berdampak khususnya dalam membentuk mental generasi muda sebagai pengguna terbanyak sosial media. *Flexing* dapat membuat seseorang memaksakan keadaannya sebab *flexing* juga dapat berarti palsu sehingga memaksakan gaya tertentu agar diterima dalam pergaulan yang membutuhkan hal demikian, kesulitan mendapat teman, mengganggu kepribadiannya dan dapat memicu lahirnya kejahatan.⁷

Oleh karena *flexing* lebih banyak dilakukan di sosial media yang berdampak luas bagi seluruh lapisan masyarakat, suku, maupun agama, maka budaya *flexing* tentu juga berdampak bagi kehidupan gereja. Jika melihat pada gejala, tujuan dan dampak dari *flexing* tersebut, maka *flexing* dan gereja

⁷Ibid.

merupakan dua hal yang dapat saja bertentangan. Hal ini karena gereja dalam panggilannya memusatkan diri pada Kristus dan bukan untuk pemuliaan diri sendiri. Bahkan, teladan tersebut diperlihatkan Yesus dalam Lukas 5:12-16 yang tidak ingin memamerkan mujizat yang dilakukannya dan justru meminta mempersembahkan korban kepada Allah.⁸ Tindakan Yesus tersebut hendak menekankan bahwa tujuan utama Yesus ialah mengutamakan kemuliaan Tuhan dan bukan dirinya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hal utama dari panggilan gereja ialah pewartaan kabar sukacita Kerajaan Allah. Selain itu, Yesus juga menginginkan gereja yang hidup dalam integritas yakni kesesuaian tindakan dengan kondisi hidup sehari-hari.

Namun, sebagai salah satu budaya populer akibat kemajuan zaman dan teknologi, *flexing* telah merajalela juga dalam kehidupan gereja khususnya bagi kaum muda. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa di lima tahun terakhir ini, rata-rata pengguna internet mengakses media sosial sebanyak 51% dan untuk berkomunikasi sebanyak 32,9 % di mana pengguna terbanyak dari sosial media tersebut ialah usia 15-19 tahun sebanyak 91% serta usia 20-24 tahun sebanyak 88,5%.⁹ Artinya bahwa kebanyakan dari jumlah anak muda Indonesia menggunakan serta mengakses internet melalui sosial media.

⁸Dwi Hananto, "Kristus Aktor Flexing yang Memperjuangkan Nilai: Tanggapan Atas Fenomena Flexing," *Jurnal Fidei Et Ratio* 7, No. 2 (2022): 4-5.

⁹Syaruddin dkk, *Fenomena Komunikasi di Era Virtualitas: Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Sosial Media*, 80.

Berdasarkan pada data tersebut, maka menurut mini riset yang penulis lakukan dalam bentuk observasi awal kepada PPGT Klasis Makale Selatan, penulis menemukan bahwa *flexing* juga telah masuk ke dalam kehidupan gereja khususnya pemuda sebagai manusia yang membutuhkan penghargaan dari orang lain. Hal tersebut dibuktikan dengan ditemukannya beberapa anggota PPGT yang sering membagikan atau memposting kekayaan, kegiatan liburan, kendaraan serta pola konsumsinya di media sosial maupun dalam dunia nyata. Terkait dengan itu, maka menurut wawancara awal ditemukan bahwa alasan beberapa anggota pemuda melakukan hal tersebut ialah untuk mendapatkan pengakuan atau penghargaan serta menarik perhatian orang lain untuk dapat mengakuinya. Selain itu, kegiatan membagikan serta memposting berbagai hal terkait kehidupannya merupakan salah satu bentuk ekspresi dalam membahagiakan diri sebagai pemuda yang masih bebas.¹⁰ Namun, di balik alasan tersebut ditemukan pula bahwa kegiatan membagikan serta memposting prestasi, kekayaan, barang-barang mewah, makanan yang sedang dikonsumsi, dan lain sebagainya yang memperlihatkan ciri-ciri *flexing* kadangkala dianggap sebagai batu sandungan bagi orang lain yang melihatnya.¹¹

¹⁰Lince, wawancara oleh penulis, Tana Toraja, Indonesia, pada tanggal 1 Februari 2024.

¹¹Yulma Ruru, wawancara oleh penulis, Tana Toraja, Indonesia, pada tanggal 1 Februari 2024.

Hal ini tentu menjadi sebuah fenomena yang perlu mendapatkan perhatian dari gereja sehingga tugas dan panggilannya di tengah-tengah dunia dilakukan sebagaimana yang dimaksudkan oleh Allah sendiri bahkan di tengah era digitalisasi. Gereja membutuhkan kepekaan terhadap berbagai budaya-budaya baru yang lahir akibat perkembangan zaman. Kepekaan tersebut harus menolong kehidupan umat yang ada di dalamnya khususnya pemuda yang menjadi tiang dan generasi gereja itu sendiri. Tujuannya ialah agar gereja tetap kritis, teguh, serta mempertahankan identitasnya di tengah dunia dan berbagai kemajuannya. Oleh karena itu, menyikapi fenomena *flexing* dalam kaitannya terhadap panggilan gereja, maka gereja perlu untuk hidup dalam kesederhaan yang disebut keugaharian. Tindakan *flexing* yang memamerkan tentu berlawanan dengan konsep keugaharian yang seharusnya dipelihara oleh gereja bahkan di tengah perkembangan zaman. Namun, oleh karena teori keugaharian yang berkembang cukup banyak, maka teori keugaharian yang perlu dibangun dalam tulisan ini merujuk kepada salah satu tokoh yaitu Plato dengan teori keugahariannya yang disebut *sophrosune*.

Berdasarkan pada uraian masalah di atas, maka penulis melihat bahwa *flexing* merupakan sebuah budaya baru yang sangat berpengaruh bagi gereja khususnya pemuda. Oleh karena itu, tulisan ini hendak menganalisis budaya *flexing* tersebut dengan melihat implikasinya bagi Persekutuan Pemuda Gereja Toraja (PPGT) Klasis Makale Selatan. Alasan pemilihan PPGT Klasis Makale Selatan sebagai objek penelitian oleh karena PPGT Klasis Makale Selatan

merupakan pemuda yang aktif bersosial media walaupun sebagian pemudanya tidak berasal dari kota. Selain itu, berdasarkan mini riset yang penulis uraikan sebelumnya, maka PPGT Klasis Makale Selatan juga dapat saja terjebak dalam budaya baru tersebut sehingga berdampak pada panggilannya sebagai gereja di tengah dunia.

B. Fokus Masalah

Fokus utama dari penelitian ini ialah melakukan penelitian terhadap salah satu budaya masa kini yakni *flexing* yang difokuskan pada teori keugaharian Plato yang disebut teori *sophrosune* dan sumbangsinya bagi PPGT Klasis Makale Selatan.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini ialah:

1. Bagaimana kebiasaan *flexing* PPGT Klasis Makale Selatan?
2. Bagaimana fenomena *flexing* dikaji dari sudut pandang teori *sophrosune*?
3. Bagaimana menyikapi fenomena *flexing* di kalangan PPGT Klasis Makale Selatan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Menganalisis mengenai kebiasaan *flexing* PPGT Klasis Makale Selatan.
2. Menjelaskan mengenai fenomena *flexing* dikaji dari sudut pandang teori *sophrosune*.
3. Menjelaskan mengenai sikap terhadap fenomena *flexing* di kalangan PPGT Klasis Makale Selatan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini secara akademis diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran sehingga dipakai dalam mengembangkan beberapa mata kuliah pada program Pascasarjana IAKN Toraja seperti mata kuliah teologi budaya populer, budaya kontekstual, teologi sistematika dan beberapa mata kuliah terkait lainnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Menambah pengetahuan penulis tentang budaya populer yaitu *flexing*.
- 2) Menolong penulis mengetahui dampak dari budaya populer khususnya *flexing* dan menolong penulis dalam menghasilkan ide atau pemecahan masalah terhadap dampak tersebut.

b. PPGT

- 1) Menolong untuk mengetahui salah satu budaya populer yakni *flexing* dan dampak dari budaya populer tersebut.
- 2) Menolong pemuda Kristen khususnya PPGT Klasis Makale Selatan dan PPGT secara umum untuk menggunakan teknologi khususnya sosial media secara bijak dan bertanggung jawab serta pemanfaatan untuk pelaksanaan panggilan gereja khususnya di era digitalisasi.

c. Bagi Gereja

- 1) Menolong gereja khususnya Gereja Toraja untuk menentukan sikap bijak terhadap hadirnya teknologi dan berbagai perkembangan zaman lainnya.
- 2) Menyadarkan gereja serta generasinya untuk keluar dari budaya *flexing* yang mengaburkan tugas dan panggilan gereja khususnya di era digitalisasi.
- 3) Menolong gereja untuk tetap mempertahankan sikap hidup ughari di tengah tantangan zaman.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini terdiri atas lima bab. Bab I merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, fokus masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II merupakan tinjauan pustaka yang akan memaparkan mengenai teori-teori yang terkait dengan topik yakni *flexing*, teologi ugahari, teori keugaharian atau *sophrosune* Plato, serta gereja dan IPTEK.

Bab III merupakan metode penelitian yang memaparkan mengenai metode yang dipakai dalam penelitian ini yang terdiri atas jenis penelitian dan alasan pemilihannya, tempat penelitian dan alasan pemilihannya, subjek penelitian/informan, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik pemeriksaan keabsahan data serta jadwal penelitian.

Bab IV merupakan temuan penelitian dan analisis yang meliputi gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi hasil penelitian dan analisisnya.

Terakhir, bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

