

Pandangan Teori Kebutuhan Dasar Abraham Maslow dan William Glasser tentang Fenomena *Flexing*

**Permata Sari¹, Mohamad Rizal Pautina², Mohamad Awal Lakadjo³, Nur Luthfi
Ardhian⁴, Agung Prasetyo⁵**

Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia^{1,2,3}

Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia⁴

Pendidikan Kepelatihan Olahraga, Fakultas Olahraga dan Kesehatan, Universitas Negeri Gorontalo,
Indonesia⁵

permata@ung.ac.id

Diterima: Agustus 2023

Disetujui: Oktober 2023

Dipublikasi: November 2023

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi fenomena *flexing* yaitu perilaku menonjolkan diri dalam konteks media sosial, dengan menghubungkannya dengan pandangan kebutuhan dasar dalam teori-teori psikologi William Glasser dan Abraham Maslow. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kepustakaan. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni metode dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi. Untuk menjaga ketepatan pengkajian dan mencegah kesalahan informasi dalam analisis data maka dilakukan pengecekan antar pustaka dan membaca ulang pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flexing* dapat dilihat sebagai cara individu memenuhi kebutuhan dasar, seperti kekuasaan, pengakuan, penghargaan diri, dan kebutuhan sosial. Penelitian ini memberikan wawasan tentang psikologi perilaku *flexing* dan implikasinya pada kesejahteraan psikologis individu dalam era digital. Diharapkan setiap individu bijak dalam mengambil tindakan.

Kata Kunci: *Flexing; Kebutuhan Dasar; Pengakuan*

Abstract

This research explores the phenomenon of flexing, namely self-assertive behavior in the context of social media, by connecting it with the view of basic needs in the psychological theories of William Glasser and Abraham Maslow. The research method used is the library research method. The data collection method used is the documentation method. The data analysis technique used is content analysis. To maintain the accuracy of the assessment and prevent errors in information in data analysis, cross-library checks and re-reading of the literature were carried out. The research results show that flexing can be seen as a way for individuals to fulfill basic needs, such as power, recognition, self-esteem, and social needs. This research provides insight into the psychology of flexing behavior and its implications for individual psychological well-being in the digital age. It is hoped that each individual will be wise in taking action.

Keywords: *Flexing; Basic needs; Confession*

This is an open access article distributed under CC BY-SA 4.0 Attribution License, provided the original work is properly cited. ©2023 by Permata Sari, Mohamad Rizal Pautina, Mohamad Awal Lakadjo, Nur Luthfi Ardhian, Agung Prasetyo

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi memang tak bisa dipungkiri akan memberikan kemudahan untuk segala hal. Namun, kemajuan teknologi juga tak selamanya mampu memberikan dampak positif, sehingga kita harus bijak dalam menggunakan teknologi. Bahkan, ada beberapa kondisi yang menjadikan kemajuan teknologi memberikan dampak negatif bagi kehidupan seseorang. Adanya fenomena *flexing* menjadi salah satu contoh fenomena yang semakin marak terjadi ketika adanya produk dari kemajuan teknologi, seperti media sosial (Chandra & Mutiara, 2022). Kemajuan teknologi membuat individu mengikuti perkembangan zaman melalui platform media social yang mereka miliki.

Salah satu naluri dalam diri individu adalah gengsi yang dimiliki setiap individu, memiliki dorongan untuk dapat tampil menonjol diantara individu lainnya, kadang menyebabkan individu memamerkan segala hal yang dimiliki ataupun aktivitas yang mereka lakukan di media social (Bakti et al., 2020). Contoh paling mudah dari tindakan *flexing* adalah seorang influencer yang *flexing* tas buatan desainer ternama atau kemewahan lainnya lewat media sosial. Tak bisa dipungkiri jika saat ini kita akan lebih mudah menemukan seseorang melakukan *flexing* dengan barang-barang mewah seperti yang disebutkan pada contoh tersebut. Akan tetapi, beberapa dari mereka mungkin saja tak benar-benar menyukainya. Namun, di sisi lainnya mereka hanya ingin mendapatkan pengakuan dari orang lain saja.

Flexing tidak hanya dilakukan dalam media social untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain. Akan tetapi sering juga dilakukan pada kehidupan sehari-hari di lingkungan sekitar kita (Mardiah, 2022; Simamora, 2022). *Flexing* memiliki kecenderungan pada kegiatan seseorang yang pamer tentang harta, pencapaian, dan berbagai hal lainnya kepada orang lain. *Flexing* biasanya dilakukan oleh orang yang dianggap memiliki kelebihan terhadap banyak hal (Arsyad, 2022; Murjana & Sinarwati, 2022).

Seluruh kemampuan tersebut dipamerkan kepada orang lain dengan maksud sombong atau pamer. Karena itulah, orang yang melakukan *flexing* dianggap sebagai orang yang sombong. Meski begitu, beberapa orang tak selalu setuju dengan tindakan *flexing* karena merupakan salah satu bentuk dari dampak negatif kemajuan teknologi. Fenomena ini telah mendapat perhatian luas dan memunculkan pertanyaan tentang motivasi individu di balik perilaku tersebut dan bagaimana perilaku *flexing* ini terkait dengan kebutuhan dasar manusia.

William Glasser dan Abraham Maslow adalah dua tokoh terkemuka dalam psikologi yang mengembangkan teori kebutuhan dasar manusia. Teori Glasser menekankan kebutuhan akan bertahan hidup, kekuasaan, kebebasan, hiburan, dan cinta sementara teori Maslow menggambarkan hierarki kebutuhan manusia yang meliputi kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri (Maslow, 2019; Glasser, 1974; Wubbolding, 2013). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kebutuhan dasar ini memainkan peran penting dalam motivasi manusia dan perilaku mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Nurwatie et al., (2016) menjelaskan bahwa setiap manusia melakukan suatu tindakan sebagai dasar untuk kebutuhan mereka. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Andjarwati (2015) menjelaskan bahwa Kebutuhan-kebutuhan dasar menjadi pendorong

manusia dalam berperilaku, sehingga untuk memenuhi kebutuhannya individu akan melakukan apapun.

Namun, hubungan antara perilaku *flexing* dan pemenuhan kebutuhan dasar ini masih relatif kurang dipahami. Penelitian sebelumnya telah cenderung memfokuskan pada pengamatan fenomena *flexing* tanpa menggali lebih dalam ke dalam aspek psikologisnya. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan menghubungkan perilaku *flexing* dengan pandangan kebutuhan dasar dalam teori Glasser dan Maslow.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian kepustakaan yang bertujuan untuk menyelidiki fenomena *flexing* dalam konteks pemenuhan kebutuhan dasar menurut teori-teori William Glasser dan Abraham Maslow. Metode penelitian ini melibatkan identifikasi literatur yang relevan, pengumpulan sumber-sumber, analisis literatur, sintesis temuan, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana *flexing* dapat dijelaskan dan dipahami melalui kerangka teori kebutuhan dasar dan dampaknya pada kesejahteraan psikologis individu dalam konteks media sosial.

HASIL TEMUAN

Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa fenomena *flexing* adalah perilaku yang dapat dilihat sebagai upaya individu untuk memenuhi beberapa kebutuhan dasar, terutama kebutuhan akan pengakuan, kekuasaan, penghargaan diri, dan kebutuhan sosial. Dalam konteks teori kebutuhan dasar William Glasser, perilaku *flexing* tampak terkait dengan kebutuhan akan kekuasaan, di mana individu mencoba mengukuhkan posisi mereka dalam lingkungan sosial dan mendapatkan kontrol atas interaksi mereka. Selain itu, *flexing* juga mencerminkan upaya untuk memenuhi kebutuhan akan penghargaan diri, di mana individu mencari pengakuan dan persetujuan dari orang lain sebagai bentuk validasi diri mereka.

Dalam kerangka kerja hierarki kebutuhan Abraham Maslow, perilaku *flexing* mungkin terkait dengan dua tingkat kebutuhan dalam hierarki, yaitu kebutuhan penghargaan diri dan kebutuhan sosial. Melalui perilaku ini, individu mencari pengakuan dari orang lain sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan akan penghargaan diri mereka. Selain itu, *flexing* juga dapat memenuhi kebutuhan sosial individu dengan membentuk hubungan sosial melalui interaksi online dan memperoleh dukungan sosial.

PEMBAHASAN

Fenomena *flexing* pada media sosial adalah ekspresi dari kompleksitas kebutuhan manusia. Perilaku ini dapat dipahami sebagai upaya individu untuk mencapai pemenuhan kebutuhan dasar mereka dalam lingkungan online yang berbeda dengan dunia nyata (Astuti & Rps, 2018). Kebutuhan untuk kekuasaan, penghargaan diri, dan kebutuhan sosial adalah bagian penting dari pengalaman manusia, dan fenomena *flexing* dapat diinterpretasikan sebagai respons terhadap kebutuhan-kebutuhan ini.

Penting untuk diingat bahwa perilaku *flexing* tidak selalu bersifat negatif atau destruktif (Galperin & Burke, 2006; Puspitarini & Hanif, 2019). Dalam beberapa kasus, perilaku ini mungkin mencerminkan pencapaian pribadi yang memang patut dibanggakan. Namun, dalam kasus ekstrem, *flexing* yang berlebihan atau berlebihan dapat menjadi tanda ketidakseimbangan dalam memenuhi kebutuhan dasar yang lebih mendasar. Ini dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis individu jika kebutuhan yang lebih mendasar seperti keamanan dan hubungan sosial tidak terpenuhi.

Teori Glasser mengidentifikasi lima kebutuhan dasar yaitu (1) Kebutuhan untuk Bertahan Hidup; (2) Kebutuhan akan Cinta ; (3) Kebutuhan akan Kekuasaan: (4) Kebutuhan akan Kebebasan: (5) Kebutuhan akan Hiburan (Corey, 2016). Dalam konteks "*flexing*," perilaku ini dapat dilihat sebagai upaya individu untuk memenuhi beberapa kebutuhan dasar ini. Misalnya, *flexing* mungkin mencerminkan upaya untuk memenuhi kebutuhan akan kekuasaan, di mana individu mencoba mengukuhkan posisi mereka dalam lingkungan sosial online dan mendapatkan kontrol atas interaksi mereka. Selain itu, *flexing* juga dapat diinterpretasikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan akan penghargaan diri, di mana individu mencari pengakuan dan persetujuan dari orang lain sebagai bentuk validasi diri mereka (Pramudya et al., 2023; Rafi, n.d.).

Namun, penting untuk diingat bahwa penggunaan ekstrem atau tidak sehat dari *flexing* dapat mengganggu keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan dasar yang lebih mendasar, seperti keamanan dan kebutuhan sosial. Oleh karena itu, evaluasi konteks dan tujuan perilaku *flexing* adalah penting untuk memahami apakah perilaku tersebut sesuai dengan teori kebutuhan dasar Glasser atau justru menjadi sumber konflik internal.

Teori kebutuhan dasar Abraham Maslow menggambarkan hierarki lima tingkat kebutuhan manusia, yang disusun dari yang paling mendasar hingga yang paling tinggi. Hierarki ini mencakup (1) Kebutuhan Fisiologis (2) Kebutuhan Keamanan (3) Kebutuhan Sosial (4) Kebutuhan Penghargaan (5) Kebutuhan Aktualisasi Diri (Maslow, 2019; Navy, 2020). Dalam konteks *flexing*, yang sering kali mengacu pada tindakan seseorang yang menonjolkan diri, kemungkinan terkait dengan kebutuhan penghargaan dan mungkin juga kebutuhan sosial. Seseorang yang *flexing* mungkin mencoba mendapatkan pengakuan atau perhatian dari orang lain sebagai bentuk penghargaan. Mereka mungkin ingin merasa diakui atau dihormati oleh orang lain sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk penghargaan.

Namun, perlu diingat bahwa *flexing* yang berlebihan atau berlebihan mungkin merupakan tanda ketidakstabilan dalam memenuhi kebutuhan dasar yang lebih mendasar seperti kebutuhan sosial dan penghargaan diri. Pada akhirnya, dalam kerangka teori Maslow, seseorang yang sering melakukan *flexing* mungkin mencari pemenuhan kebutuhan penghargaan atau mencoba mencapai aktualisasi diri, tetapi penting untuk menjaga keseimbangan dalam memenuhi semua tingkat kebutuhan dalam hierarki kebutuhan tersebut.

SIMPULAN

Perilaku *flexing* dapat diinterpretasikan dalam dua kerangka teori kebutuhan dasar yang berbeda. Menurut teori Abraham Maslow, *flexing* dapat dilihat sebagai upaya individu untuk memenuhi kebutuhan akan penghargaan diri dan kebutuhan sosial. Individu mencari pengakuan dan validasi dari orang lain dalam lingkungan. Dalam pandangan William

Glasser, *flexing* mungkin mencerminkan upaya untuk memenuhi kebutuhan akan kekuasaan dan penghargaan diri. Individu mungkin mencoba untuk mengukuhkan posisi mereka dalam kehidupan sosial,

Berdasarkan pandangan Maslow Seseorang yang *flexing* mungkin mencoba mendapatkan pengakuan atau perhatian dari orang lain sebagai bentuk penghargaan. Mereka mungkin ingin merasa diakui atau dihormati oleh orang lain sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk penghargaan. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat mencakup pendekatan yang lebih bijaksana terhadap penggunaan media sosial, dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan dasar yang lebih mendasar dan keseimbangan dalam interaksi online.

DAFTAR PUSTAKA

- Andjarwati, T. (2015). Motivasi dari sudut pandang teori hirarki kebutuhan Maslow, teori dua faktor Herzberg, teori xy Mc Gregor, dan teori motivasi prestasi Mc Clelland. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 2(01).
- Arsyad, J. H. (2022). Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *Jurnal Cakrawala Informasi*, 2(1), 10–28.
- Astuti, A. P., & Rps, A. Nu. (2018). Teknologi komunikasi dan perilaku remaja. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1).
- Bakti, I. S., Anismar, A., & Amin, K. (2020). Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 14(1), 81–98.
- Chandra, E., & Mutiara, M. W. (2022). Dampak Stimulus-Respon Konsumen Terhadap Maraknya Gaya Visual Iklan Flexing Produk Binomo Budi Setiawan. *Prosiding Serina*, 2(1), 471–480.
- Corey, G. (2016). *Theory and practice of counseling and psychotherapy, Enhanced*. Cengage Learning.
- Galperin, B. L., & Burke, R. J. (2006). Uncovering the relationship between workaholism and workplace destructive and constructive deviance: An exploratory study. *The International Journal of Human Resource Management*, 17(2), 331–347.
- Mardiah, A. (2022). Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam. *International Conference on Tradition and Religious Studies*, 1(1), 309–319.
- Maslow, A. H. (2019). *A theory of human motivation*. General Press.
- Murjana, K. P. O., & Sinarwati, N. K. (2022). Persepsi Mahasiswa tentang Flexing dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(3), 837–844.
- Navy, S. L. (2020). Theory of human motivation—Abraham Maslow. *Science Education in Theory and Practice: An Introductory Guide to Learning Theory*, 17–28.
- Nurwatie, A., Fauzia, R., & Akbar, S. N. (2016). Perspektif psikologi humanistik Abraham Maslow dalam meninjau motif pelaku pembunuhan. *Jurnal Ecopsy*, 1(4).
- Pramudya, M. A., Wibowo, T. O., Indriani, M., Rahman, M. A. F., & Syafuddin, K. (2023). Flexing In Social Media: Between Confession And Conflict In An Islamic Perspective. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 6(1), 65–73.
- Puspitarini, Y. D., & Hanif, M. (2019). Using Learning Media to Increase Learning Motivation in Elementary School. *Anatolian Journal of Education*, 4(2), 53–60.
- Rafi, M. R. (n.d.). *Conspicuous Consumption Sebagai Gaya Hidup Gen Z Pada Komunitas*

Judul Tulisan (Maksimal 9 kata)
- Penulis Utama, Penulis Kedua

Motor Sportbike Addict Indonesia. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas.

Simamora, H. (2022). Solusi Cerdas dalam Berinvestasi. *MABIS*, 13(1).

William Glasser, M. D. (1974). Reality Therapy. In *Harper Collins e-book*. HarperCollins e-books. <https://doi.org/10.1177/001112877402000312>

Wubbolding, R. E. (2013). *Reality therapy for the 21st century*. Routledge.