

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa fenomena *flexing* di media sosial pada kalangan mahasiswa Universitas Andalas, tidak sekedar hanya mengonsumsi nilai tanda, namun juga adanya nilai fungsi dari fenomena *flexing* di media sosial. Dapat disimpulkan bahwa fenomena *flexing* di media sosial, yang menjadi bagian integral dari perkembangan teknologi informasi, telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku terutama mahasiswa. Transformasi ini mencakup perubahan dalam pola pikir, pola merasa, dan pola bertindak manusia. Fenomena *flexing* di mahasiswa lebih banyak dilakukan di beberapa media sosial, seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa aktif menggunakan platform ini untuk berbagai keperluan, termasuk *flexing*.

Instagram, dengan kelebihan visualnya dan fitur *story*, menjadi media favorit untuk *flexing* di antara mahasiswa. Mereka menggunakan platform ini untuk menunjukkan gaya hidup tinggi, pencapaian, dan kreativitas. TikTok, dengan fokus pada video pendek kreatif, juga menjadi tempat bagi mahasiswa untuk mengekspresikan hobi dan menciptakan konten yang menarik. YouTube digunakan untuk berbagi karya kreatif, seperti musik, dan membangun kehadiran digital.

Namun, Facebook, meskipun masih digunakan, cenderung tidak menjadi tempat utama *flexing* bagi mahasiswa, lebih berfokus pada observasi dan pemahaman tren.

Setiap platform media sosial memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Meskipun memungkinkan fleksibilitas dalam mengekspresikan diri, penggunaan berlebihan atau kurangnya privasi dapat menyebabkan ketergantungan dan risiko keamanan. Pemahaman yang unik tentang penggunaan media sosial oleh masing-masing individu menunjukkan variasi dalam pendekatan dan preferensi, dari menjaga privasi hingga aktif terlibat dalam *flexing*.

Kemudian, perilaku *flexing* mahasiswa Universitas Andalas di media sosial dapat terdiri dari *Flexing* Kendaraan Pribadi, *Flexing* Olahraga, *Flexing* Pencapaian, *Flexing* Saat Nongkrong, dan *Flexing* Kreatifitas dan Kemampuan Seni. Mahasiswa biasanya melakukan *flexing* dikarenakan ada beberapa faktor eksternal dan internal yaitu karena kebutuhan untuk suka, komentar, dan menambah pengikut, eksistensi diri, personal branding, mendapatkan endorse dan memasarkan bisnis pribadi.

B. SARAN

Setelah peneliti selesai melakukan penelitian berjudul “Fenomena *Flexing* di Media Sosial, Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Universitas Andalas” ini peneliti masih merasakan bahwa penelitian ini masih jauh dari kata baik sehingga peneliti akan berusaha untuk memberikan saran yang berhubungan dengan penelitian ini.

1. Temuan penelitian ini kurang memiliki informasi yang bervariasi, hal ini terkait dengan proses penelitian yang mengalami kesulitan menemukan

informan. Peneliti menyarankan untuk pihak yang ingin meneliti lebih lanjut topik ini agar dapat lebih memperbanyak variasi informan dari segi demografis serta latar belakang informan.

2. Peneliti menyarankan bagi instansi dan berbagai pihak yang ingin dan tertarik meneliti hal ini juga, sebaiknya dilakukan dengan menggunakan metode yang sama dengan peneliti lakukan yaitu dengan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Hal ini agar membuka dan meemperdalam data yang berhubungan dengan mahasiswa yang melakukan *flexing* di media sosial.
3. Bagi Mahasiswa yang melakukan *flexing* di media sosial untuk lebih bijaksana dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial agar mendapatkan nilai positif dan memotivasi orang lain.

