



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 1269-1279

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Budaya Pamer (Flexing) di Media Sosial terhadap Kepuasan Diri (Qana'ah) Mahasiswa IAIN Parepare

Nur Atiqa A, St. Nurhayati, Kasmia Arifin, Marseyla, Nur Annisa, Multazam Nur

Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare

nur2362201032@iainpare.ac.id, hjstnurahyati@iainpare.co.id, kasmia2362201026@iainpare.ac.id,
marseylaseyla65@gmail.com, nica2850510@gmail.com, tasyanur268@gmail.com

Abstrak

The development of digital technology and social media has triggered changes in students' social behavior, particularly through the emergence of a showing-off culture (flexing) that is increasingly prevalent across various platforms. As active social media users, students are frequently exposed to content showcasing luxurious lifestyles, achievements, and status symbols, influencing their views on standards of happiness and life success. This exposure fosters social comparison and the formation of an excessive self-image in the digital realm, potentially leading to consumptive behavior and psychological stress. From an Islamic perspective, the value of qana'ah (contentment) emphasizes acceptance and sufficiency, yet this value has not been fully internalized in students' lives, including those at IAIN Parepare. Prior literature indicates that social media use correlates with decreased subjective well-being and heightened social comparison tendencies, while showing-off behavior serves as a means for social recognition but contributes to dissatisfaction. This study aims to analyze the influence of the showing-off culture on social media on the contentment levels of IAIN Parepare students. The method employs a sociological approach combined with quantitative methods via a survey technique using questionnaires from 103 respondents, analyzed through statistical techniques. The results reveal that the showing-off culture on social media significantly affects students contentment levels, thus accepting the proposed hypothesis (H1) and rejecting H0. This confirms that the intensity of the showing-off culture is a significant factor influencing contentment among students.

Keyword: Showing Off (Flexing), Social Media, Qana'ah (Self-Satisfaction), Students

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam pola kehidupan masyarakat, khususnya dalam penggunaan media sosial. Berdasarkan laporan Digital 2024 Global Overview Report, jumlah pengguna media sosial di dunia mencapai lebih dari 5,04 miliar pengguna, sementara di Indonesia mencapai sekitar 191 juta pengguna atau 68% dari total populasi (Kemp, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk mahasiswa. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang untuk mengekspresikan diri, membangun identitas, serta memperoleh pengakuan sosial. Salah satu fenomena yang marak muncul adalah budaya flexing, yaitu perilaku memamerkan kekayaan, pencapaian, atau gaya hidup tertentu kepada publik. Flexing sering dilakukan untuk mendapatkan validasi sosial dan meningkatkan citra diri (Hidayat, 2023).

Fenomena flexing tidak hanya terjadi di kalangan selebritas atau influencer, tetapi juga telah merambah ke kalangan mahasiswa. Generasi Z diketahui sangat aktif di media sosial, bahkan sekitar 70% menggunakan media sosial untuk mengekspresikan identitas diri (Nasution & Siregar, 2023). Hal ini menjadikan flexing sebagai bagian dari budaya digital yang semakin normal di kalangan mahasiswa. Di satu sisi, flexing dapat memberikan dampak positif seperti meningkatkan motivasi individu untuk berprestasi dan membangun personal branding. Namun, di sisi lain, fenomena ini juga dapat menimbulkan tekanan sosial, kecemburuan, serta perilaku konsumtif. Sebuah laporan menunjukkan bahwa sekitar 60% pengguna media sosial merasa tidak puas terhadap hidupnya setelah melihat unggahan orang lain (Clement, 2023). Hal ini menunjukkan adanya dampak psikologis dari paparan konten flexing.

Dalam perspektif Islam, perilaku flexing erat kaitannya dengan sifat riya', ujub, dan sombong yang tidak dianjurkan. Islam mengajarkan nilai kesederhanaan, keikhlasan, dan keseimbangan dalam kehidupan. Oleh karena itu, budaya flexing dianggap bertentangan dengan nilai-nilai spiritual yang menekankan kerendahan hati (Suryana, 2023). Salah satu konsep penting dalam Islam yang relevan dengan fenomena ini adalah qana'ah, yaitu sikap merasa cukup dan puas terhadap apa yang dimiliki. Qana'ah mencerminkan ketenangan batin, rasa syukur, dan penerimaan terhadap ketentuan Allah SWT. Individu yang memiliki sifat qana'ah cenderung memiliki tingkat kesejahteraan psikologis yang lebih baik dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial (Rahmawati, 2023).

Namun demikian, maraknya budaya flexing di media sosial diduga dapat memengaruhi tingkat qana'ah seseorang. Paparan konten yang menampilkan kemewahan dan kesuksesan orang lain dapat menimbulkan perasaan kurang puas terhadap diri sendiri. Penelitian menunjukkan bahwa lebih dari 55% mahasiswa cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain di media sosial (Fauzi & Ramadhan, 2023). Mahasiswa IAIN Parepare sebagai bagian dari komunitas akademik berbasis nilai-nilai Islam diharapkan memiliki pemahaman yang kuat terhadap konsep qana'ah. Namun, di era digital saat ini, mereka juga tidak terlepas dari pengaruh media sosial dan budaya flexing yang berkembang luas. Kondisi ini menarik untuk diteliti guna melihat bagaimana interaksi antara nilai religius dan realitas sosial digital.

Penelitian mengenai budaya flexing telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada aspek komunikasi, psikologi sosial, dan perilaku konsumsi. Sementara itu, kajian yang menghubungkan fenomena flexing dengan konsep qana'ah dalam perspektif ekonomi Islam, khususnya pada mahasiswa, masih relatif terbatas (Pratama, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis pengaruh budaya flexing di media sosial terhadap tingkat qana'ah mahasiswa IAIN Parepare. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis dalam memahami dinamika perilaku mahasiswa di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi mahasiswa dalam menggunakan media sosial secara bijak serta memperkuat nilai-nilai spiritual dalam kehidupan sehari-hari, sehingga tercipta keseimbangan antara kehidupan duniawi dan ukhrawi.

Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh (Ahya 2019) terletak pada pemakaian konsep qana'ah sebagai indikator kesejahteraan subjektif yang berkaitan dengan sikap menerima dan merasa cukup, serta penerapan metode kuantitatif dalam pengukuran variabel (Ahya 2019), namun, perbedaan muncul karena penelitian ini lebih menitikberatkan pada pengembangan indikator qana'ah. Persamaan juga terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Syarifah Fatimah dan Oggy Maulidya Perdana Putri, yang mempertimbangkan flexing dari sudut pandang Islam, khususnya mengenai nilai israf dan riya' (Fatimah dan Putri, 2023), meski begitu, penelitian ini lebih fokus pada dampak psikologis, khususnya kepercayaan diri dalam bentuk qana'ah. Di sisi lain, ada kesamaan dengan penelitian Melinda dan rekan-rekannya yang juga menjadikan mahasiswa sebagai subjek dan mengkaji qana'ah sebagai variabel psikologis (Melinda dkk., 2024), tetapi berbeda dalam arah hubungan variabel, di mana penelitian sebelumnya menganggap qana'ah sebagai variabel independen, sedangkan penelitian ini menganggapnya sebagai variabel dependen.

Flexing adalah istilah gaul membanggakan diri atau membuat yang menggambarkan tindakan orang lain merasa rendah diri menunjukkan atau memamerkan (Roida, 2023). Contohnya: sesuatu yang kita miliki, atau bisa membagikan foto atau video dilakukan untuk mendapatkan tentang gaya hidup mewah untuk perhatian dan pengakuan dari menunjukkan kekayaan dan orang lain baik melalui media kemewahan, menunjukkan sosial ataupun didunia nyata penampilan fisik yang menarik (Agustin, 2024). Budaya flexing di platform media social juga bisa dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis dan sosial yang mendorong seseorang untuk menampilkan gambaran tertentu. Adapun factor – factor yang mempengaruhi budaya flexing yaitu: a) Keinginan mendapat status social, b) Keinginan mendapatkan perhatian dan minat orang lain, c) Pengaruh lingkungan dan kepribadian personal, d) Kurangnya empati terhadap orang lain.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُبْطِلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ

الْآخِرِ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ صَفْوَانَ عَلَيْهِ تُرَابٌ فَأَصَابَهُ وَابِلٌ فَتَرَكَهُ صَلْدًا لَا يَقْدِرُونَ عَلَى شَيْءٍ مِّمَّا كَسَبَ

وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

Artinya : *Hai Orang-orang yang beriman, janganlah kamu menghilangkan (pahala) sedekahmu dengan menyebutkannyebutnya dan menyakiti (perasaan si penerima). Seperti orang yang menafkahkan hartanya karena riya' kepada*

manusia dan dia tidak beriman kepada Allah dan hari kemudian. Maka perumpamaan orang itu seperti batu licin yang di atasnya ada tanah. Kemudian batu itu ditimpa hujan lebat, lalu menjadilah dia bersih (tidak bertanah). Mereka tidak menguasai sesuatupun dari apa yang mereka usahakan; dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir. (QS. Al-Baqarah:264)

Menurut *McGraw Hill Dictionary*, media sosial adalah sarana yang digunakan oleh sejumlah orang untuk saling berinteraksi satu sama lain, dengan cara menciptakan, saling berbagi, bertukar informasi. Muhammad bin Ali at-Tirmidzi menjelaskan bahwa qanaah adalah kepuasan jiwa atas rezeki yang diberikan Allah, serta menerima apa yang ada tanpa mengeluh. Sikap ini mendorong ketenangan hati, menghindarkan seseorang dari sikap berlebihan, dan menjaga keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi. Mahasiswa IAIN Parepare, sebagai bagian dari generasi digital, tidak terhindar dari dampak media sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka. Keterlibatan yang mendalam dengan berbagai jenis konten, termasuk flexing, dapat mempengaruhi cara berpikir, sikap, dan kepercayaan diri mereka. Dalam konteks ini, mahasiswa berfungsi tidak hanya sebagai pengguna, tetapi juga sebagai pencipta konten yang ikut memperkuat budaya flexing. Selain itu, sebagai lembaga yang didasari nilai-nilai Islam, IAIN Parepare memegang peranan penting dalam membentuk karakter mahasiswa yang berlandaskan prinsip-prinsip qana'ah, kesederhanaan, dan etika dalam berinteraksi di media sosial.

وَمِنَ النَّاسِ مَن يَشْرِي نَفْسَهُ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَاللَّهُ رَءُوفٌ بِالْعِبَادِ

Artinya : *Dan di antara manusia ada orang yang mengorbankan dirinya karena mencari keridhaan Allah; dan Allah Maha Penyantun kepada hamba-hambaNya. (QS. Al-Baqarah:207)*

Pada studi pertama yang dilakukan oleh Ahya (2019), ditemukan bahwa qana'ah memiliki berbagai dimensi penting dan berhasil dikembangkan menjadi alat yang efektif dan dapat diandalkan untuk mengevaluasi keadaan psikologis seseorang. Dalam penelitian kedua yang dilakukan oleh Syarifah Fatimah dan Oggy Maulidya Perdana Putri (2023), diungkapkan bahwa fenomena flexing berhubungan dengan nilai-nilai moral dalam Islam seperti israf dan riya', serta merefleksikan perilaku konsumtif di kalangan masyarakat modern. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Melenda dkk. (2024) menunjukkan bahwa qana'ah berpengaruh signifikan terhadap penyesuaian akademik para mahasiswa, menandakan pentingnya qana'ah dalam konteks psikologis.

Penelitian terdahulu mengenai qana'ah umumnya masih berfokus pada aspek konseptual dan pengembangan instrumen, sehingga belum banyak mengkaji faktor eksternal yang memengaruhinya. Kajian tentang budaya flexing juga lebih banyak dibahas dalam perspektif konsumsi dan ekonomi, tanpa mengaitkannya secara mendalam dengan aspek psikologis seperti kepuasan diri. Pendekatan penelitian yang digunakan cenderung parsial dan belum mengintegrasikan variabel budaya digital dan psikologis dalam satu model yang utuh. Serta, objek penelitian masih bersifat umum dan belum spesifik pada mahasiswa di perguruan tinggi berbasis Islam. Dimensi religius sebagai faktor pembentuk perilaku juga belum banyak dikaji secara empiris. Penelitian sebelumnya pun masih terbatas dalam mengkaji dampak jangka panjang media sosial terhadap kondisi psikologis individu seperti fenomena flexing sebagai budaya digital di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh budaya flexing di media sosial terhadap tingkat qana'ah mahasiswa secara lebih mendalam dan komprehensif.

Berdasarkan keterbatasan pada penelitian sebelumnya, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis pengaruh budaya *flexing* (pamer) di media sosial terhadap tingkat kepuasan diri (*qana'ah*) mahasiswa dalam suatu kerangka analisis yang terpadu. Pendekatan yang digunakan berlandaskan perspektif Islam yang menekankan pentingnya sikap qana'ah sebagai bentuk rasa cukup, pengendalian diri, dan penerimaan terhadap ketentuan Allah, yang dalam kajian terdahulu masih cenderung dibahas secara parsial dan belum dikaitkan secara langsung dengan fenomena budaya digital seperti *flexing*. Penelitian ini secara khusus mengambil objek mahasiswa IAIN Parepare yang memiliki latar belakang pendidikan berbasis keislaman, sehingga secara normatif memahami nilai kesederhanaan dan etika bermedia sosial, namun dalam praktiknya tetap tidak terlepas dari pengaruh tren media sosial yang berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih relevan dan kontekstual mengenai bagaimana budaya *flexing* memengaruhi kondisi psikologis mahasiswa, khususnya dalam hal kepuasan diri. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengisi kekosongan kajian yang belum banyak mengintegrasikan aspek budaya digital dengan nilai qana'ah, serta memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis dalam memahami dinamika perilaku mahasiswa di era media sosial.

HIPOTESIS

H₀ : Budaya Pamer (Flexing) di Media Sosial tidak berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Diri (Qana'ah) mahasiswa IAIN Parepare

H₁ : Budaya Pamer (Flexing) di Media Sosial berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Diri (Qana'ah) Mahasiswa IAIN Parepare

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Dörnyei, 2007) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian di mana peneliti pengumpulan data utama berupa angka, yang kemudian dianalisis dengan metode statistik. Penelitian kuantitatif memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk landasan ilmiah yang kokoh bagi sebuah ilmu pengetahuan. Sebagai alat yang mengolah dan menganalisis data numerik, desain kuantitatif menawarkan struktur yang sistematis untuk memahami dan menganalisis fenomena.

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis dengan metode kuantitatif untuk mengkaji pengaruh budaya flexing di media sosial terhadap tingkat qana'ah (kepuasan diri) mahasiswa IAIN Parepare. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, yaitu untuk menganalisis hubungan serta pengaruh antara variabel budaya flexing sebagai variabel independen dan qana'ah sebagai variabel dependen secara statistik. Pendekatan ini dipilih agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keterkaitan antar variabel dalam konteks kehidupan sosial mahasiswa.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif IAIN Parepare yang berjumlah 7.609 mahasiswa. Dari populasi tersebut, diambil sampel sebanyak 103 responden dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu seperti mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial. Jumlah sampel ini dianggap representatif untuk menggambarkan kondisi populasi dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan sumber daya penelitian. Proses pengumpulan data ini dilaksanakan dalam kurun waktu tiga minggu untuk memastikan data yang diperoleh cukup akurat dan mencerminkan kondisi responden secara aktual.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu mahasiswa IAIN Parepare yang aktif menggunakan media sosial. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder, di mana data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan literatur yang relevan dengan topik penelitian, khususnya terkait media sosial, perilaku konsumtif, dan konsep qana'ah dalam Islam.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner (angket) yang disusun menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Proses pengumpulan data ini dilaksanakan dalam kurun waktu dua minggu untuk memastikan data yang diperoleh cukup representatif dan mencerminkan kondisi responden secara aktual. Instrumen penelitian dirancang untuk mengukur tingkat paparan budaya flexing di media sosial serta tingkat qana'ah mahasiswa, termasuk aspek perbandingan sosial dan kecenderungan konsumtif yang muncul akibat penggunaan media sosial.

Teknik analisis data meliputi analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen, serta analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh budaya flexing terhadap tingkat qana'ah. Selain itu, digunakan uji t untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel budaya flexing terhadap tingkat qana'ah mahasiswa.

3. Hasil dan Diskusi

A. Uji Instrumen

Uji instrumen penelitian merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dapat mengumpulkan data secara akurat, valid, dan reliabel. Uji ini dilakukan sebelum pengumpulan

data utama agar peneliti dapat mengidentifikasi dan memperbaiki kelemahan instrumen, seperti pertanyaan yang ambigu, skala yang tidak konsisten, atau bias pengukuran.

1. Uji Validitas

Prinsip uji validitas product moment pearson adalah dengan mengkorelasikan antara masing-masing skor jawaban butir pertanyaan kuesioner dengan skor total jawaban kuesioner dari setiap variabel.

Pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai Sig. (2 tailed) dengan probabilitas 0,05. Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 dan Pearson Correlation bernilai positif, maka item soal angket tersebut valid. Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 dan Pearson Correlation bernilai negatif, maka item soal angket tersebut tidak valid. Jika nilai Sig. (2-tailed) > 0,05, maka soal angket tersebut tidak valid.

| | | X1 | X2 | X3 | X4 | Total |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X1 | Pearson Correlation | 1 | ,561** | ,495** | ,363** | ,712** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| X2 | Pearson Correlation | ,561** | 1 | ,711** | ,669** | ,897** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| X3 | Pearson Correlation | ,495** | ,711** | 1 | ,681** | ,874** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| X4 | Pearson Correlation | ,363** | ,669** | ,681** | 1 | ,826** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |
| Total | Pearson Correlation | ,712** | ,897** | ,874** | ,826** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 103 | 103 | 103 | 103 | 103 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel, dapat diketahui bahwa seluruh variabel (X1, X2, X3, dan X4) memiliki hubungan yang positif dan signifikan satu sama lain maupun dengan variabel total. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Pearson Correlation yang berkisar antara 0,363 hingga 0,897 dengan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,01. Dengan demikian, seluruh korelasi antar variabel signifikan pada tingkat kepercayaan 99%.

Selain itu, hubungan antar variabel dapat dikategorikan dalam tingkat sedang hingga sangat kuat. Misalnya, korelasi antara X2 dengan total sebesar 0,897 dan X3 dengan total sebesar 0,874 menunjukkan hubungan yang sangat kuat, sedangkan korelasi terendah terdapat pada hubungan X1 dengan X4 sebesar 0,363 yang masih tergolong hubungan sedang. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki keterkaitan yang baik dan konsisten dalam menjelaskan variabel total, sehingga dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk quesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas sebaliknya dilakukan pada masing-masing variable pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel. Menurut Putri (dalam Dewi & Sudaryanto, 2020) apabila suatu variable menunjukkan nilai Alpha Cronbach > 0.60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur.

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 103 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 103 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,849 | 4 |

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,849 dengan jumlah item sebanyak 4. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, karena berada di atas batas minimum yang umumnya digunakan yaitu 0,70. Selain itu, seluruh data sebanyak 103 responden dinyatakan valid tanpa adanya data yang dikeluarkan (excluded = 0), sehingga hasil pengujian dapat dianggap akurat dan konsisten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

B. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Uji asumsi klasik untuk memastikan persamaan regresi yang difungsikan tepat dan valid. Sebelum melakukan analisa regresi berganda dan pengujian hipotesis, maka harus melakukan beberapa uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sudah terbebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi ketentuan untuk mendapatkan linier yang baik.

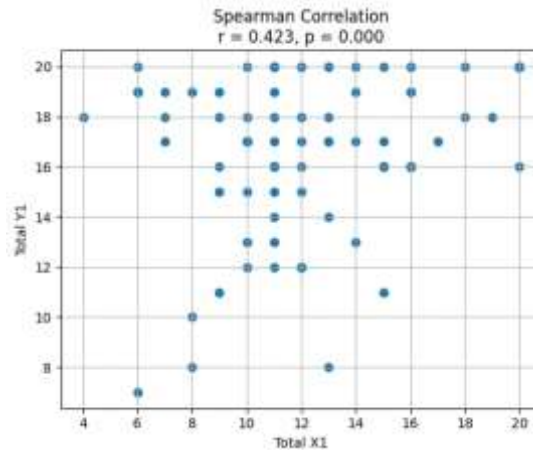
1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu uji statistik untuk melihat apakah sebaran suatu berdistribusi normal atau tidak. Data berdistribusi normal adalah data dengan sebaran utama berada di tengah dengan nilai rendah atau data bagian kiri dan nilai tinggi atau data bagian kanan simetris. Data berdistribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov-smirnov adalah jika hasil pengujian didapat nilai $asym.sig(2 - tailed) > 0,05$.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 103 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,04562349 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,098 |
| | Positive | ,096 |
| | Negative | -,098 |
| Test Statistic | | ,098 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,016 ^a |

Hasil uji Shapiro-Wilk menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga data tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, analisis dilanjutkan menggunakan uji non-parametrik yaitu korelasi Spearman.



Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,423 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Flexing (X1) dengan Kepuasan Diri (Y1). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi perilaku flexing, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan diri responden.

2. Uji Linearitas

Salah satu asumsi dasar regresi adalah linearitas data. Dengan demikian, diperlukan pengujian linearitas untuk menunjukkan bahwa variabel-variabel yang diuji memiliki hubungan yang linear satu sama lain. Asumsi dasar linearitas ini hanya diperlukan untuk model regresi yang linear. Jika data antar variabel tidak linear dengan data variabel lainnya, maka model regresi harus menggunakan metode regresi non linear.

Uji linearitas dengan menggunakan nilai linearity memiliki kriteria pengujian linearitas berdasarkan signifikansi sebesar 0.05, jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($p < 0.05$) maka variabel dikatakan linear. Namun jika signifikansinya lebih dari 0.05 ($p > 0.05$) maka variabel dikatakan tidak linier.

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------------|--------------------------|----------------|-------|-------------|--------|------|
| KepuasanDiri * Pamer | Between Groups | 262,570 | 15 | 17,505 | 1,758 | ,054 |
| | Linearity | 144,744 | 1 | 144,744 | 14,537 | ,000 |
| | Deviation from Linearity | 117,825 | 14 | 8,416 | ,845 | ,619 |
| Within Groups | 866,265 | 87 | 9,957 | | | |
| Total | 1128,835 | 102 | | | | |

Berdasarkan uji linearitas pada tabel ANOVA, dapat dilihat pada bagian Linearity dan Deviation from Linearity. Nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel kepuasan diri dan pamer. Selanjutnya, nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,619 ($> 0,05$) menandakan bahwa tidak terdapat penyimpangan dari hubungan linear tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel kepuasan diri dan pamer memenuhi asumsi linearitas, sehingga model regresi linear layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Salah satu kriteria yang menjadi dasar dalam model regresi yang baik yang harus dipenuhi adalah tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas. Terjadinya gejala atau masalah heteroskedastisitas sendiri akan berdampak pada keraguan (ketidakpastian) pada hasil analisis regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji terjadinya perbedaan variance dari nilai residual pada suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser adalah sebagai berikut. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Correlations

| | | Pamer | Unstandardized Residual |
|-------------------------|-------|-------------------------|-------------------------|
| Spearman's rho | Pamer | Correlation Coefficient | 1,000 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,404 |
| | | N | 103 |
| Unstandardized Residual | | Correlation Coefficient | -.083 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,404 |
| | | N | 103 |

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel korelasi Spearman's rho tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) antara variabel Pamer dengan Unstandardized Residual adalah sebesar 0,404. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka disimpulkan bahwa model regresi Anda bebas dari masalah heteroskedastisitas. Dengan kata lain, varians dari residual data bersifat konsisten (homoskedastis), sehingga model tersebut memenuhi salah satu asumsi klasik yang diperlukan untuk analisis regresi yang valid.

C. Uji Hipotesis (Uji Regresi)

Uji hipotesis adalah metode statistika yang digunakan untuk menguji suatu dugaan (hipotesis) berdasarkan data sampel. Tujuan utamanya adalah menentukan apakah suatu pernyataan tentang populasi dapat diterima atau harus ditolak berdasarkan bukti dari data sampel.

1. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²). Nilai koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamanya nilai-nilai variabel X).

Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun, jika nilai R² semakin kecil, artinya kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas (Ghozali, 2016).

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,358 ^a | ,128 | ,120 | 3,12145 |

a. Predictors: (Constant), Pamer

Determinasi, Berdasarkan table VI.1, dipengaruhi nilai koefisien R Square (R²) sebesar 0,358 atau 35,8%. Jadi bisa disimpulkan bahwa besarnya pengaruh budaya pamer terhadap kepuasan diri mahasiswa IAIN Parepare sebesar 0,358 (35,8%).

2. Uji T (Parsial)

Uji t berguna untuk membandingkan rata-rata dua kelompok data atau sampel. Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, atau untuk menentukan apakah perbedaan antara dua kelompok secara statistik.

Kriteria ini adalah yang paling sering digunakan karena dianggap lebih praktis dalam pembacaan output perangkat lunak statistik seperti SPSS.

- Jika nilai Sig. < 0,05: Maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (H0 ditolak).
- Jika nilai Sig. > 0,05: Maka variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (H0 diterima).

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 13,639 | ,994 | | 13,725 | ,000 |
| | Pamer | ,271 | ,070 | ,358 | 3,854 | ,000 |

a. Dependent Variable: KepuasanDiri

Berdasarkan tabel Coefficients (uji t), diperoleh nilai t hitung untuk variabel pamer sebesar 3,854 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pamer secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen yaitu kepuasan diri. Arah pengaruh yang positif pada nilai t hitung menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel pamer akan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan diri. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara pamer terhadap kepuasan diri dinyatakan diterima dalam penelitian ini.

3. Uji F (Simultan)

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah Pengaruh semua variable bebasnya secara bersama-sama terhadap variable terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan Tabel F. F tabel dalam Excel, jika F hitung > dari F tabel, (hipotesis diterima), maka model signifikan atau bisa dilihat dalam kolom signifikansi pada Anova (Olahan dengan SPSS).

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 144,744 | 1 | 144,744 | 14,856 | ,000 ^b |
| | Residual | 984,091 | 101 | 9,743 | | |
| | Total | 1128,835 | 102 | | | |

a. Dependent Variable: KepuasanDiri
 b. Predictors: (Constant), Pamer

Berdasarkan tabel ANOVA (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 14,856 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara statistik.

Hal ini berarti variabel independen yaitu pamer secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan diri. Dengan demikian, model regresi yang dibangun layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara kedua variabel tersebut dalam penelitian.

Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah analisis yang digunakan untuk melihat pengaruh satu variabel bebas terhadap variable terikat. Jika data pada variabel bebas dan variabe terikat digambarkan pada scatterplot dan

membentuk garis lurus, maka hal itu menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan linear. Jenis data yang digunakan dalam analisis regresi linear sederhana adalah data numerik. Regresi linear sederhana melibatkan satu variabel bebas X yang bersifat tetap, dan satu variabel terikat Y, yang merupakan variabel acak. Data disajikan sebagai sepasang pengamatan $\{(x_i, y_i); i = 1, 2, \dots, n\}$. Model regresi linear sederhana akan menghasilkan garis lurus yang terbentuk dari pasangan data tersebut. Adapun model regresi linear sederhana untuk populasi adalah

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

dimana β_0 adalah intersep dan β_1 disebut slope, nilai β_0 dan β_1 disebut koefisien regresi, sementara ε adalah komponen error/galat acak. Error ε diasumsikan $E(\varepsilon)=0$ dan $\text{var}(\varepsilon)=\sigma^2$ dan $\varepsilon \sim N(0, \sigma^2)$, selain itu ε juga diasumsikan tidak berkorelasi antar error, atau dapat dikatakan bahwa nilai suatu error tidak bergantung pada nilai error lainnya.

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 13,639 | ,994 | | 13,725 | ,000 |
| | Pamer | ,271 | ,070 | ,358 | 3,854 | ,000 |

a. Dependent Variable: KepuasanDiri

Persamaan regresi yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah $Y = 13,639 + 0,271X$, di mana nilai konstanta sebesar 13,639 menunjukkan tingkat kepuasan diri pada saat variabel pamer bernilai nol. Koefisien regresi variabel pamer sebesar 0,271 bernilai positif, yang mengindikasikan bahwa terdapat hubungan searah antara kedua variabel tersebut; artinya, setiap peningkatan satu satuan pada variabel pamer akan diikuti dengan peningkatan kepuasan diri sebesar 0,271. Secara statistik, hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,854 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000.

Oleh karena nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pamer memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel kepuasan diri. Hal ini diperkuat dengan nilai Standardized Coefficients Beta sebesar 0,358, yang menunjukkan bahwa variabel pamer memberikan kontribusi yang cukup kuat dalam menjelaskan variasi pada tingkat kepuasan diri responden. Dengan demikian, model regresi ini terbukti valid untuk menggambarkan hubungan kausalitas di antara kedua variabel yang diteliti.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa budaya pamer (flexing) di media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan diri (qana'ah) mahasiswa IAIN Parepare. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji statistik dengan nilai signifikansi $< 0,05$ serta koefisien korelasi sebesar 0,423 yang menunjukkan hubungan positif antara kedua variabel. Selain itu, hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan persamaan $Y = 13,639 + 0,271X$, yang berarti setiap peningkatan satu satuan perilaku flexing akan diikuti dengan peningkatan kepuasan diri sebesar 0,271. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 35,8% juga menunjukkan bahwa budaya flexing memberikan kontribusi terhadap variasi tingkat qana'ah mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis penelitian (H_1) diterima. Namun demikian, hasil tersebut perlu dimaknai secara kritis dalam perspektif Islam. Secara teoritis, budaya flexing berkaitan dengan perilaku riya', ujub, dan kecenderungan konsumtif yang tidak sejalan dengan nilai qana'ah. Oleh karena itu, meskipun penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif antara flexing dan kepuasan diri, kepuasan yang dimaksud cenderung bersifat sementara atau semu karena dipengaruhi oleh validasi sosial di media sosial, bukan mencerminkan qana'ah yang hakiki. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu menggunakan media sosial secara bijak serta menginternalisasikan nilai qana'ah dalam kehidupan sehari-hari agar tercapai keseimbangan antara aspek duniawi dan spiritual.

Referensi

1. Abdusshomad, A. (2020). PENERAPAN SIFAT QANA'AH DALAM MENGENDALIKAN HAWA NAFSU DUNIAWI. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 21, 21–33.
2. Ahya, A. (2019). EKSPLORASI DAN PENGEMBANGAN SKALA QANA'AH DENGAN PENDEKATAN SPIRITUAL

- INDIGENOUS. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 07(01), 13–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jipt.v7i1.7834>
3. Andriani, I., & Mz, I. (2019). Konsep Qana ' ah dalam Mewujudkan Keluarga Harmonis Perspektif Alquran. *Nalar: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(1), 64–73. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i1.1291>
 4. Ayu, D., & Munah, M. (2026). *Digitalisasi Sistem Akuntansi Pemerintah dan Dampaknya Terhadap Kualitas Pelaporan Keuangan*. 4(April), 351–358.
 5. Diana Krisanti Jasaputra, S. S. (Ed.). (2008). *Metodologi Penelitian Biomedis Edisi 2*. PT. Danamartha Sejahtera Utama.
 6. Fatimah, S., & Putri, O. M. P. (2023). Flexing : Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1204–1212.
 7. Gani, I., & Amalia, S. (2015). *ALAT ANALISIS DATA ; Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. CV Andi Offset.
 8. Gumilar, I. (2019). *Metode Riset untuk Bisnis & Manajemen*. CV Pustaka Setia.
 9. Hardisman. (2020). *TANYA JAWAB ANALISIS DATA Prinsip Dasar dan Langkah-Langkah Aplikasi Praktis pada Penelitian Kesehatan dengan SPSS®*. Guepedia.
 10. Hariyono, M., & Pradana, H. H. (2024). Fenomena Flexing Pada Media Sosial : Persepsi Generasi Z. *Jurnal Psikologi*, 2(1), 29–36.
 11. Hasnur. (2024). *REPRESENTASI UMPAN BALIK NETIZEN TERHADAP PERILAKU FLEXING INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL*. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/7081/1/17.3100.027.pdf>
 12. Hayati, M., & Romziana, L. (2025). BUDAYA FLEXING DI MEDIA SOSIAL DAN IMPLIKASINYA TERHADAP MENTALITAS MASYARAKAT MUSLIM: PERSPEKTIF AL-QUR'AN DAN PSIKOLOGI SOSIAL. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10, 212–232.
 13. Hidayati, E. N., & Yazid, M. (2025). Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Budaya Flexing dan Self reward di Media Sosial pada Gen Z. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(6), 911–919. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jmia.v2i6.7344>
 14. Kasuda, R., Mahendra, R., & Paramadina, U. (2024). FENOMENA FLEXING DI MEDIA SOSIAL. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 3(1), 83–89.
 15. Meilenda, A., Sumiati, N. T., Ansari, A. S., Suryandaru, & Hafiyyan, A. F. (2024). Qanaah dan Penyesuaian Akademik pada Mahasiswa Lintas Jurusan : Peran Baru Dimensi Spiritualitas. *MOZAIC Islam Nusantara*, 10(2), 173–188. <https://doi.org/10.47776/mozaic.v10i2.1071>
 16. Meldi, S., Azwar, A. J., & Ilyas, D. (2025). Konsep Qana ' ah Perspektif Hamka Dalam Mengatasi Stres Di Era Milenial. *Journal of Religion and Social Community*, 1(3), 160–168.
 17. Meutia, Muhamad Taqi, Lawe Anasta, Irvan Juliansah, Wiwik Utami, S. C. (2025). *Rahasia Praktis Menuntaskan Penelitian dengan Efektif*. Penerbit Salemba.
 18. Muthmainnah, R. (2025). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan RnD*. PT Tujuh Pustaka Penerbit. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kualitatif_Kuantit/HpOaEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=uji+instrumen&pg=PA69&printsec=frontcover
 19. Nurhayati, S. (2025). *ILMU AKHLAK*. Penerbit IAIN Parepare Nusantara Press. [https://digilib.iainpare.ac.id/id/eprint/47/1/Buku St. Nurhayati.pdf](https://digilib.iainpare.ac.id/id/eprint/47/1/Buku%20St.%20Nurhayati.pdf)
 20. Prastowo, S. L. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Dilengkapi Dengan TEKNIK PENGOLAHAN DATA PROGRAM SPSS Edisi Revisi* (Bagus Manunggal (Ed.)). PT. Jamus Baladewa Nusantara.
 21. Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5, 202–208.
 22. Rohmawati, R. A., & Izzati, U. A. (2021). HUBUNGAN ANTARA KESEIMBANGAN KEHIDUPAN KERJA DENGAN KUALITAS KEHIDUPAN KERJA PADA GURU. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 930, 5–6.
 23. Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. *FOKUS*, 4(4), 279–284. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
 24. Setyaedhi, H. S., Rusijono, & Ardianik. (2025). *UJI T Uji Komparatif Dua Parameter Rata-Rata (Perhitungan Manual dan Spss)*. PT Nas Media Indonesia.
 25. Sufiyati, Dewi, S. P., & Susanti, M. (2018). Pemahaman mahasiswa akuntansi terhadap aset, liabilitas, dan ekuitas setelah penerapan ifrs. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 122–140. <https://doi.org/10.24912/je.v23i1.338>
 26. Sugiarto, D. S. (2006). *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Gramedia Pustaka Utama.
 27. Tahitu, A., Tutuhatunewa, A. R., & Fadribun, V. M. (2024). Pengaruh komunikasi organisasi terhadap gaya kepemimpinan lurah milenial di kota ambon. *Jurnal BADATI*, 6(1), 53–72.
 28. Terimajaya, I. W., & Dkk. (2024). *DASAR-DASAR STATISTIKA (Konsep dan Metode Analisis)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
 29. Uyun, K., Farida, V. N., & Prajoko, R. (2025). Analisis Flexing di Media Sosial : Citra , Konsumsi , dan Hubungan Sosial Gen Z. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 9(2), 30–38.
 30. Waty, E., Anggraeni, A. F., Apriani, A., Ibrahim, H., Sari, A., Manafe, H. A., Juniarto, G., Nursanti, T. D., & Hadiyat, Y. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS (Teori & Panduan Praktis dalam Penelitian Bisnis)* (Efitra & Sepriano (Eds.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.