



ANALISIS YURIDIS FENOMENA FLEXING DALAM KAITANNYA DENGAN UNSUR PENIPUAN

Oleh:

Koming Allya Dara Jelita¹

I Gusti Ayu Stefani Ratna Maharani²

Universitas Udayana

Alamat: Jl. Raya Kampus Unud, Jimbaran, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali
(80361)

Korespondensi Penulis: allyadarajelita@gmail.com, Stefaniratnamaharani@unud.ac.id

Abstract. The rapid development of social media has transformed social interaction and digital economic activities, giving rise to the phenomenon of flexing, namely the display of wealth, achievements, and luxurious lifestyles in digital spaces. This phenomenon raises juridical concerns as it may shift from self-expression into misleading representation that harms others. This study aims to analyze the legal standing of flexing from a criminal law perspective and to determine the conditions under which such behavior may fulfill the elements of fraud. This research employs a normative legal method using statute and conceptual approaches, relying on primary and secondary legal materials analyzed through qualitative descriptive-argumentative techniques. The results show that flexing is not inherently a criminal act and remains within the scope of lawful digital self-expression as long as it does not involve factual manipulation and is not intended to influence others' economic decisions. However, flexing may qualify as fraud when it contains intentional misrepresentation, functions as deceptive conduct to obtain unlawful benefit, has a causal link to the victim's decision, and results in loss. The key assessment parameters include intent, truthfulness of representation, persuasive function of the content, and resulting harm. This study highlights the importance of contextual interpretation of digital misrepresentation in criminal law.

Keywords: Flexing, Social Media, Fraud, Digital Misrepresentation, Criminal Law

Received January 15, 2025; Revised January 25, 2026; February 19, 2026

*Corresponding author: allyadarajelita@gmail.com

ANALISIS YURIDIS FENOMENA *FLEXING* DALAM KAITANNYA DENGAN UNSUR PENIPUAN

Abstrak. Perkembangan media sosial telah mengubah pola interaksi sosial dan aktivitas ekonomi digital serta mendorong munculnya fenomena *flexing*, yaitu perilaku menampilkan kekayaan, prestasi, dan gaya hidup mewah di ruang digital. Fenomena ini menimbulkan persoalan yuridis karena berpotensi bergeser dari ekspresi diri menjadi sarana misrepresentasi yang merugikan pihak lain. Penelitian ini bertujuan menganalisis kedudukan fenomena *flexing* dalam perspektif hukum pidana serta menentukan batas kapan perilaku tersebut dapat memenuhi unsur tindak pidana penipuan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundangan dan konseptual, menggunakan bahan hukum primer dan sekunder yang dianalisis secara kualitatif deskriptif-argumentatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flexing* pada dasarnya bukan perbuatan pidana dan masih berada dalam ranah ekspresi sosial digital sepanjang tidak mengandung manipulasi fakta dan tidak ditujukan untuk mempengaruhi keputusan ekonomi pihak lain. Namun, *flexing* dapat memenuhi unsur penipuan apabila mengandung misrepresentasi yang disengaja, digunakan sebagai sarana tipu muslihat untuk memperoleh keuntungan melawan hukum, memiliki hubungan kausal dengan keputusan korban, serta menimbulkan kerugian. Parameter penilaianya terletak pada unsur niat, kebenaran representasi, fungsi persuasif konten, dan akibat yang ditimbulkan. Kajian ini menegaskan pentingnya pendekatan kontekstual dalam menilai misrepresentasi digital dalam hukum pidana

Kata Kunci: Flexing, Media Sosial, Penipuan, Misrepresentasi Digital, Hukum Pidana

LATAR BELAKANG

Perkembangan media sosial dalam dua dekade terakhir telah membawa transformasi besar dalam cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan bahkan melakukan aktivitas ekonomi. Media sosial yang awalnya hanya berfungsi sebagai alat untuk saling berhubungan kini telah menjadi platform integral dalam berbagai aspek kehidupan modern, termasuk membentuk identitas sosial, memperluas jaringan sosial, serta memicu dinamika digital di ranah ekonomi dan komunikasi global.¹

¹ Azzahra Nayla Aqila dan Eva Muti'ah, *THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON CHANGES IN SOCIAL INTERACTION PATTERNS IN CITIES*, t.t.

Dalam konteks ekonomi digital, media sosial tidak lagi hanya menjadi ruang *virtual* untuk berbagi konten, tetapi juga sebagai sarana aktif untuk promosi produk, pelayanan konsumen, dan pemasaran digital yang mampu menjangkau audiens luas dengan efisiensi biaya tinggi. Peran ini telah memperluas fungsi media sosial dari sekadar alat komunikasi menjadi ekosistem ekonomi yang penting dalam pembangunan ekonomi digital.²

Selain itu, media sosial telah mengubah pola interaksi sosial tradisional dengan memungkinkan komunikasi lintas batas geografis dan waktu. Interaksi yang sebelumnya bergantung pada pertemuan tatap muka kini banyak dilakukan melalui platform daring, sehingga memunculkan relasi sosial baru yang bersifat virtual namun berdampak signifikan terhadap dinamika sosial dan perilaku konsumen.³

Perubahan *network society* ini mencerminkan bagaimana teknologi digital, khususnya media sosial, menjadi struktur dominan dalam hubungan sosial masyarakat modern. Konsep ini menunjukkan bahwa media sosial bukanlah sekadar teknologi komunikasi, tetapi juga ruang bagi terjadinya interaksi sosial-ekonomi yang semakin kompleks dan saling terkait dalam jaringan global.⁴

Salah satu bentuk fenomena sosial yang tumbuh pesat tersebut adalah *flexing*, yaitu perilaku pamer kekayaan, prestasi, dan gaya hidup mewah di media sosial. *Flexing* kini telah menjadi tren sosial yang banyak dilakukan oleh pengguna media sosial dari berbagai kelompok usia dan kelas sosial untuk mendapatkan pengakuan, popularitas, atau status sosial di lingkungan digitalnya.⁵ Meski tampak sebagai ekspresi diri, praktik ini sering dinilai sebagai representasi yang dilebihkan terhadap realitas kehidupan penggunanya.

Dalam konteks ini, muncul potensi besar penyalahgunaan *flexing* sebagai alat tipu daya yang merugikan. Ketika konten yang dibuat bersifat menyesatkan atau tidak akurat untuk mendapatkan keuntungan tertentu seperti menarik investor atau pengikut untuk ikut

² Masduki Asbari, *Peran Media Sosial dalam Komunikasi Bisnis di Era Ekonomi Digital*, t.t.

³ Dwiyanti Hanandini, “Social Transformation in Modern Society: A Literature Review on the Role of Technology in Social Interaction,” *Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi* 4, no. 1 (2024): 82–95, <https://doi.org/10.69989/j0m6cg84>.

⁴ Kristin Okvita dkk., “Transformasi Ekonomi di Era Network Society: Penggunaan Gopay Sebagai E-Wallet,” *Social Empirical* 1, no. 2 (2024): 169–75, <https://doi.org/10.24036/scemp.v1i2.34>.

⁵ Juma’iyah Nur Wahidah, *FENOMENA FLEXING DI MEDSOS : DAMPAKNYA PADA HUBUNGAN SOSIAL DAN EKONOMI*, t.t.

ANALISIS YURIDIS FENOMENA *FLEXING* DALAM KAITANNYA DENGAN UNSUR PENIPUAN

serta dalam program tertentu, hal tersebut semakin dekat dengan unsur perbuatan penipuan sesuai hukum pidana. Perilaku *flexing* jenis ini dapat menciptakan ekspektasi palsu dalam benak publik yang kemudian berpotensi menyebabkan kerugian material atau psikologis bagi pihak lain.⁶

Fenomena *flexing* di media sosial menimbulkan persoalan yuridis terkait batas antara ekspresi diri yang sah dan perbuatan yang dapat dikualifikasi sebagai tindak pidana penipuan. Pada dasarnya, setiap orang memiliki kebebasan menampilkan identitas dan gaya hidupnya di ruang digital, namun persoalan muncul ketika representasi tersebut mengandung informasi yang dilebihikan atau tidak benar dan digunakan untuk mempengaruhi keputusan ekonomi pihak lain. Dalam hukum pidana Indonesia, penipuan mensyaratkan adanya unsur tipu muslihat, rangkaian kebohongan, atau pernyataan palsu yang mendorong orang lain menyerahkan sesuatu atau memberikan keuntungan kepada pelaku.⁷ Unsur tersebut tidak hanya dinilai dari isi pernyataan, tetapi juga dari cara penyajian dan maksud di balik perbuatan tersebut. Perkembangan praktik komunikasi digital menunjukkan bahwa representasi visual dan narasi kesuksesan di media sosial juga dapat berfungsi sebagai sarana misrepresentasi apabila dipakai secara sengaja untuk membangun kepercayaan palsu, sehingga kajian unsur penipuan perlu dibaca secara kontekstual dalam ruang digital.⁸

Kajian yuridis terhadap fenomena *flexing* menjadi penting karena praktik ini semakin sering digunakan dalam konteks promosi bisnis, investasi, dan pembentukan citra kredibilitas personal di media sosial. Dalam banyak kasus, tampilan kekayaan dan keberhasilan finansial dipakai sebagai alat persuasi untuk menarik partisipasi publik dalam suatu skema ekonomi tertentu, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian ketika informasi yang disampaikan tidak akurat atau menyesatkan.⁹ Perkembangan kejahatan berbasis digital menunjukkan bahwa bentuk tipu daya tidak lagi selalu berupa pernyataan

⁶ Ai Nurul Fahmi dkk., “FLEXING DAN PERSONAL BRANDING: KONTEN ANALISIS SOSIAL MEDIA GENERASI Z DI INDONESIA,” *Jurnal Analisa Sosiologi* 13, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.74152>.

⁷ Marolop Butar Butar dkk., *JURIDICAL REVIEW OF THE CRIME OF FRAUD WITH THE USE OF FALSE IDENTITY RELATED TO THE SALE AND PURCHASE OF CASSAVA OPAK (STUDY OF ARTICLE 378 KUHP)*, 2025.

⁸ Susan W. Brenner, *Cybercrime and the Law: Challenges, Issues, and Outcomes* (Northeastern University Press, 2012).

⁹ Fahmi dkk., “FLEXING DAN PERSONAL BRANDING.”

lisan atau tertulis secara langsung, tetapi juga dapat muncul melalui konstruksi citra dan simbol visual yang membentuk keyakinan korban.¹⁰ Oleh karena itu, analisis hukum diperlukan untuk merumuskan parameter yang lebih jelas mengenai kapan *flexing* masih berada dalam ranah ekspresi sosial dan kapan telah memenuhi unsur delik penipuan, sekaligus memberikan kontribusi bagi arah penegakan hukum di ruang digital.¹¹

Dalam latar belakang diatas penulis menemukan 2 rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kedudukan fenomena *flexing* di media sosial dalam perspektif hukum pidana Indonesia?
2. Kapan perilaku *flexing* dapat memenuhi unsur tindak pidana penipuan menurut ketentuan hukum yang berlaku?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis fenomena *flexing* di media sosial dari perspektif hukum pidana sebagai bentuk representasi perilaku digital yang berkembang di masyarakat.
2. Mengkaji unsur-unsur tindak pidana penipuan dalam peraturan perundang-undangan dan doktrin hukum pidana, khususnya terkait unsur tipu muslihat, rangkaian kebohongan, dan maksud menguntungkan diri sendiri.
3. Menentukan batas yuridis antara *flexing* sebagai ekspresi diri di ruang digital dan *flexing* yang dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan penipuan.
4. Memberikan parameter analisis hukum untuk menilai kapan praktik *flexing* berpotensi menimbulkan konsekuensi pidana.

Memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan kajian hukum pidana terhadap pola penipuan berbasis representasi digital.

METODE PENELITIAN

¹⁰ Rafi Arjuna Achmadani dkk., “FLEXING INDRA KENZ DI SOSIAL MEDIA (ANALISIS WACANA KRITIS PADA KASUS TRADING PADA PLATFORM BINOMO) (Analisis WK. Teun. A. Van Dijk),” *Jurnal Komunikasi*, 2024.

¹¹ Marselino Clifer Tuju dkk., *Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Cyberdalam Kasus Penipuan Jual Beli Online dalam Perspektif Kriminologi*, t.t.

ANALISIS YURIDIS FENOMENA *FLEXING* DALAM KAITANNYA DENGAN UNSUR PENIPUAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif yang berfokus pada analisis norma, asas, dan doktrin hukum terkait fenomena *flexing* di media sosial dalam kaitannya dengan unsur tindak pidana penipuan. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dengan menelaah ketentuan hukum pidana mengenai penipuan serta konsep tipu muslihat, rangkaian kebohongan, dan representasi digital. Bahan hukum yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, bahan hukum sekunder berupa buku dan artikel jurnal ilmiah terbaru, serta bahan hukum tersier sebagai penunjang. Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan, kemudian dianalisis secara kualitatif dengan metode deskriptif-argumentatif untuk memperoleh kesimpulan yuridis atas permasalahan yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedudukan Fenomena *Flexing* di Media Sosial dalam Perspektif Hukum Pidana Indonesia

Fenomena *flexing* di media sosial pada dasarnya merupakan bentuk ekspresi diri dan konstruksi identitas digital yang dilakukan dengan menampilkan kekayaan, gaya hidup, atau pencapaian tertentu kepada publik. Dalam perspektif hukum, tindakan tersebut pada titik awalnya tidak serta-merta merupakan perbuatan melawan hukum, karena kebebasan berekspresi dan menampilkan diri di ruang digital merupakan bagian dari aktivitas sosial modern. Perkembangan masyarakat digital menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang pembentukan citra diri sekaligus sarana interaksi sosial-ekonomi, sehingga berbagai bentuk representasi diri, termasuk pamer kekayaan muncul sebagai praktik yang umum.¹²

Dalam kajian hukum pidana, suatu perbuatan tidak dinilai dari bentuk luarnya saja, melainkan dari ada atau tidaknya unsur perbuatan melawan hukum serta terpenuhinya unsur delik yang dirumuskan dalam peraturan perundang-undangan. Doktrin hukum pidana menegaskan bahwa pertanggungjawaban pidana mensyaratkan adanya perbuatan yang memenuhi unsur delik, bersifat melawan hukum, serta didukung

¹² Fahmi dkk., “FLEXING DAN PERSONAL BRANDING.”

unsur kesalahan pelaku.¹³ Dengan demikian, *flexing* sebagai tindakan sosial tidak dapat langsung dikualifikasikan sebagai tindak pidana tanpa analisis terhadap tujuan, isi representasi, dan akibat yang ditimbulkan dari perbuatan tersebut.

Permasalahan mulai muncul ketika *flexing* tidak lagi sekadar ekspresi, tetapi menjadi sarana representasi fakta yang dilebihkan, dimanipulasi, atau tidak benar, terutama jika digunakan untuk membangun kepercayaan publik dalam konteks ekonomi. Studi komunikasi digital menunjukkan bahwa konten pamer kekayaan sering digunakan sebagai strategi personal branding dan pembentukan kredibilitas semu, yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan ekonomi audiens.¹⁴ Dalam kondisi demikian, *flexing* bergeser dari ekspresi sosial menjadi instrumen persuasi yang memiliki dampak hukum potensial.

Dalam perspektif hukum pidana Indonesia, penilaian terhadap fenomena *flexing* harus dikaitkan dengan konstruksi unsur delik tertentu, khususnya delik penipuan. Unsur penipuan mencakup adanya tipu muslihat, rangkaian kebohongan, atau pernyataan palsu yang dimaksudkan untuk menguntungkan diri sendiri dan mendorong orang lain menyerahkan sesuatu.¹⁵ Representasi visual maupun narasi kesuksesan yang tidak sesuai kenyataan dapat dinilai sebagai bagian dari tipu muslihat apabila secara sengaja digunakan untuk menyesatkan pihak lain. Literatur hukum pidana modern juga mengakui bahwa bentuk tipu daya tidak terbatas pada pernyataan verbal, tetapi dapat muncul melalui simbol, tampilan visual, dan konstruksi citra.¹⁶

Dengan demikian, kedudukan *flexing* dalam perspektif hukum pidana Indonesia bersifat kontekstual dan kondisional. *Flexing* tetap berada dalam ranah ekspresi sosial sepanjang tidak mengandung misrepresentasi yang disengaja untuk memperoleh keuntungan melawan hukum. Namun, ketika *flexing* digunakan sebagai sarana membangun kepercayaan palsu dan mendorong pihak lain mengambil keputusan yang merugikan dirinya, maka praktik tersebut dapat masuk ke dalam wilayah analisis delik penipuan dan membuka kemungkinan pertanggungjawaban pidana.¹⁷

¹³ Eddy O.S Hiarej, *Hukum Acara Pidana*, 2 ed. (2022).

¹⁴ Achmadani dkk., “FLEXING INDRA KENZ DI SOSIAL MEDIA (ANALISIS WACANA KRITIS PADA KASUS TRADING PADA PLATFORM BINOMO) (Analisis WK. Teun. A. Van Dijk).”

¹⁵ Butar dkk., *JURIDICAL REVIEW OF THE CRIME OF FRAUD WITH THE USE OF FALSE IDENTITY RELATED TO THE SALE AND PURCHASE OF CASSAVA OPAK (STUDY OF ARTICLE 378 KUHP)*.

¹⁶ Brenner, *Cybercrime and the Law*.

¹⁷ Jawade Hafidz, *Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana*, 2, no. 1 (2022).

ANALISIS YURIDIS FENOMENA *FLEXING* DALAM KAITANNYA DENGAN UNSUR PENIPUAN

Berlakunya Pertanggungjawaban Pidana terhadap Perilaku Flexing

Perilaku *flexing* dapat memenuhi unsur tindak pidana penipuan apabila tidak lagi berhenti sebagai ekspresi gaya hidup, melainkan telah berfungsi sebagai sarana tipu daya yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan secara melawan hukum. Dalam konstruksi hukum pidana, penipuan mensyaratkan adanya unsur objektif berupa perbuatan menggunakan tipu muslihat, rangkaian kebohongan, atau pernyataan palsu, serta unsur subjektif berupa maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dan menimbulkan kerugian pada pihak lain. Unsur-unsur ini menjadi parameter utama untuk menilai apakah suatu konten atau tindakan digital, termasuk *flexing*, telah melampaui batas ekspresi dan masuk ke ranah delik.¹⁸

Dalam praktik ruang digital, tipu muslihat tidak selalu hadir dalam bentuk pernyataan tertulis atau lisan, tetapi juga dapat muncul melalui konstruksi citra visual dan narasi keberhasilan yang dibangun secara sistematis. Literatur hukum siber menunjukkan bahwa misrepresentasi digital melalui simbol, tampilan kekayaan, testimoni keuntungan, dan klaim performa finansial dapat dikategorikan sebagai *deceptive conduct* apabila dimaksudkan untuk membentuk kepercayaan palsu publik.¹⁹ Ketika *flexing* digunakan untuk mendukung promosi investasi, trading, atau skema bisnis tertentu dengan menampilkan kekayaan yang tidak sesuai fakta, maka representasi tersebut dapat dinilai sebagai bagian dari rangkaian kebohongan.

Kajian penipuan berbasis media digital juga menekankan bahwa hubungan kausal antara representasi pelaku dan keputusan korban merupakan faktor penting. Suatu perbuatan dapat dikualifikasi sebagai penipuan apabila konten yang disajikan terbukti menjadi dasar pertimbangan korban dalam menyerahkan uang, aset, atau hak ekonomi tertentu. Dengan demikian, *flexing* baru masuk kategori relevan secara pidana apabila

¹⁸ Cassandra Cross, “Victims’ Motivations for Reporting to the ‘Fraud Justice Network,’” *Police Practice and Research* 19, no. 6 (2018): 550–64, <https://doi.org/10.1080/15614263.2018.1507891>.

¹⁹ Andien Mutiara Zahra dkk., *Akibat Hukum Bagi Pelaku Tindak Pidana Penipuan Online di Media Sosial Elektronik*, 1, no. 1 (t.t.).

terdapat keterkaitan antara konten pamer tersebut dengan tindakan persuasif yang mendorong transaksi atau partisipasi korban.

Selain itu, aspek *mens rea* atau niat pelaku menjadi pembeda penting. Jika *flexing* dilakukan dengan kesadaran bahwa informasi yang ditampilkan tidak benar dan secara sengaja diarahkan untuk menarik keuntungan finansial dari pihak lain, maka unsur kesengajaan dalam penipuan cenderung terpenuhi. Sebaliknya, apabila *flexing* hanya berupa ekspresi berlebihan tanpa tujuan mempengaruhi keputusan ekonomi pihak lain, maka unsur subjektif penipuan menjadi lemah.²⁰ Penelitian tentang penipuan online menunjukkan bahwa pola modern fraud sering menggabungkan personal branding, otoritas semu, dan tampilan kemewahan sebagai alat membangun trust sebelum melakukan eksploitasi ekonomi.²¹

Oleh karena itu, secara yuridis dapat dirumuskan bahwa *flexing* memenuhi unsur tindak pidana penipuan apabila: terdapat misrepresentasi fakta, dilakukan dengan maksud memperoleh keuntungan melawan hukum, digunakan sebagai sarana mempengaruhi keputusan korban, dan menimbulkan kerugian. Tanpa terpenuhinya rangkaian unsur tersebut, *flexing* tetap berada dalam wilayah ekspresi sosial digital, bukan perbuatan pidana.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Fenomena *flexing* di media sosial pada dasarnya merupakan bentuk ekspresi diri dan konstruksi identitas digital yang tidak serta-merta dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan pidana. Dalam perspektif hukum pidana, penilaian terhadap *flexing* harus dilakukan secara kontekstual dengan menguji ada atau tidaknya unsur perbuatan melawan hukum serta terpenuhinya unsur delik. Selama *flexing* hanya berupa representasi gaya hidup tanpa adanya manipulasi fakta dan tanpa tujuan mempengaruhi keputusan ekonomi pihak lain, maka perilaku tersebut masih berada dalam ranah ekspresi sosial digital yang sah.

²⁰ Anisa Sahara dan Kuswandi Kuswandi, "Penipuan Online sebagai Bentuk Kejahatan Siber dalam Perspektif Kriminologi," *Parlementer : Jurnal Studi Hukum dan Administrasi Publik* 2, no. 4 (2025): 91–105, <https://doi.org/10.62383/parlementer.v2i4.1425>.

²¹ Eprilia Atriya Nur Afifah dkk., "Tinjauan Yuridis terhadap Tindak Pidana Penipuan dengan Modus Sumbangan Fiktif di Media Sosial," *JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS* 6, no. 2 (2025): 240–49, <https://doi.org/10.35896/jse.v6i2.1067>.

ANALISIS YURIDIS FENOMENA *FLEXING* DALAM KAITANNYA DENGAN UNSUR PENIPUAN

Perilaku *flexing* dapat memenuhi unsur tindak pidana penipuan apabila telah mengandung misrepresentasi yang disengaja dan digunakan sebagai sarana tipu muslihat untuk memperoleh keuntungan secara melawan hukum. Kualifikasi penipuan terpenuhi apabila terdapat rangkaian kebohongan atau representasi tidak benar, adanya maksud menguntungkan diri sendiri atau orang lain, keterkaitan kausal dengan keputusan korban untuk menyerahkan sesuatu, serta timbulnya kerugian. Dengan demikian, parameter utama yang membedakan *flexing* sebagai ekspresi dan flexing sebagai penipuan terletak pada unsur niat, kebenaran representasi, fungsi persuasif konten, dan akibat kerugian yang ditimbulkan

Saran

Perlu dikembangkan pedoman interpretasi hukum yang lebih kontekstual terhadap bentuk-bentuk misrepresentasi digital, termasuk representasi visual dan simbolik di media sosial, agar penegakan hukum terhadap penipuan berbasis citra digital memiliki parameter yang lebih jelas dan konsisten. Aparat penegak hukum juga perlu memperkuat pendekatan pembuktian digital dalam menilai hubungan antara konten *flexing*, niat pelaku, dan kerugian korban.

Selain itu, diperlukan peningkatan literasi digital masyarakat agar pengguna media sosial lebih kritis terhadap representasi kekayaan dan klaim keberhasilan finansial di ruang digital, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh konstruksi citra yang menyesatkan. Dari sisi akademik, penelitian lanjutan disarankan untuk mengkaji pola penipuan berbasis *personal branding* dan *visual deception* secara lebih empiris guna memperkaya pengembangan hukum pidana di era komunikasi digital.

DAFTAR REFERENSI

- Achmadani, Rafi Arjuna, R Arya Dwi Kurniawan, Moh Luqman, dan Prihandari Satvikadewi. “FLEXING INDRA KENZ DI SOSIAL MEDIA (ANALISIS WACANA KRITIS PADA KASUS TRADING PADA PLATFORM BINOMO) (Analisis WK. Teun. A. Van Dijk).” *Jurnal Komunikasi*, 2024.
- Anisa Sahara dan Kuswandi Kuswandi. “Penipuan Online sebagai Bentuk Kejahatan Siber dalam Perspektif Kriminologi.” *Parlementer : Jurnal Studi Hukum dan*

- Administrasi Publik* 2, no. 4 (2025): 91–105.
<https://doi.org/10.62383/parlementer.v2i4.1425>.
- Aqila, Azzahra Nayla, dan Eva Muti'ah. *THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON CHANGES IN SOCIAL INTERACTION PATTERNS IN CITIES*. t.t.
- Asbari, Masduki. *Peran Media Sosial dalam Komunikasi Bisnis di Era Ekonomi Digital*. t.t.
- Brenner, Susan W. *Cybercrime and the Law: Challenges, Issues, and Outcomes*. Northeastern University Press, 2012.
- Butar, Marolop Butar, Sebastian Tarigan Sibero, dan Gabriella Allesia. *JURIDICAL REVIEW OF THE CRIME OF FRAUD WITH THE USE OF FALSE IDENTITY RELATED TO THE SALE AND PURCHASE OF CASSAVA OPAK (STUDY OF ARTICLE 378 KUHP)*. 2025.
- Cross, Cassandra. “Victims’ Motivations for Reporting to the ‘Fraud Justice Network.’” *Police Practice and Research* 19, no. 6 (2018): 550–64.
<https://doi.org/10.1080/15614263.2018.1507891>.
- Fahmi, Ai Nurul, Siti Komariah, dan Puspita Wulandari. “FLEXING DAN PERSONAL BRANDING: KONTEN ANALISIS SOSIAL MEDIA GENERASI Z DI INDONESIA.” *Jurnal Analisa Sosiologi* 13, no. 1 (2024).
<https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.74152>.
- Hafidz, Jawade. *Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana*. 2, no. 1 (2022).
- Hanandini, Dwiyanti. “Social Transformation in Modern Society: A Literature Review on the Role of Technology in Social Interaction.” *Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi* 4, no. 1 (2024): 82–95. <https://doi.org/10.69989/j0m6cg84>.
- Hiarej, Eddy O.S. *Hukum Acara Pidana*. 2 ed. 2022.
- Nur Afifah, Eprilia Atriya, Vieta Imelda Cornelis, dan Moh. Taufik. “Tinjauan Yuridis terhadap Tindak Pidana Penipuan dengan Modus Sumbangan Fiktif di Media Sosial.” *JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS* 6, no. 2 (2025): 240–49.
<https://doi.org/10.35896/jse.v6i2.1067>.
- Okvita, Kristin Okvita, Muhammad Zulrifky Ramadhan, Ab Sarca Putera, dan Ayu Adriyani. “Transformasi Ekonomi di Era Network Society: Penggunaan Gopay

ANALISIS YURIDIS FENOMENA *FLEXING* DALAM KAITANNYA DENGAN UNSUR PENIPUAN

Sebagai E-Wallet.” *Social Empirical* 1, no. 2 (2024): 169–75.
<https://doi.org/10.24036/scemp.v1i2.34>.

Tuju, Marselino Clifer, Suci Ramadani, dan Chairuni Nasution. *Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Cyber dalam Kasus Penipuan Jual Beli Online dalam Perspektif Kriminologi.* t.t.

Wahidah, Juma’iyah Nur. *FENOMENA FLEXING DI MEDSOS : DAMPAKNYA PADA HUBUNGAN SOSIAL DAN EKONOMI.* t.t.

Zahra, Andien Mutiara, Mulyati Pawennai, dan Arfah Tjolleng. *Akibat Hukum Bagi Pelaku Tindak Pidana Penipuan Online di Media Sosial Elektronik.* 1, no. 1 (t.t.).