

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Dosen Pembimbing



KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
NOMOR: 0453/UN40.F2/HK.04/2023

TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
TAHUN 2023

DEKAN FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

- Memperhatikan : 1. Usulan Program Studi Pendidikan Sosiologi No: 12/ UN40.F2.6 /PK.03.00/2023 tentang Penetapan Dosen dan Mahasiswa Bimbingan Skripsi.
2. Surat Edaran Rektor no: 019 Tahun 2020 tentang Rambu Rambu Pelaksanaan Kegiatan Akademik dalam Masa Darurat Penyebaran *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19);
- Menimbang : 1. Bahwa untuk meningkatkan layanan bimbingan skripsi kepada para mahasiswa Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia dipandang perlu untuk mengugaskan Dosen Pembimbing Skripsi di Departemen dan Program Studi di lingkungan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia;
2. Bahwa kegiatan bimbingan skripsi terhadap mahasiswa yang kuliah di Departemen/Program Studi merupakan salah satu kewajiban Dosen dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dan Para Dosen Pembimbing Skripsi berhak memperoleh angka kredit menurut peraturan yang berlaku;
3. Bahwa sehubungan dengan butir satu dan dua di atas dipandang perlu untuk menerbitkan surat Keputusan Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia mengenai Dosen Pembimbing Skripsi di lingkungan Departemen dan Program Studi serta menetapkan nama-nama mahasiswa yang dibimbingnya.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 No. 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No.5336);
2. Undang-Undang Republik Indonesia No.14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 No.157, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No.4586);
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 No.41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No.9946);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2014 tentang Statuta Universitas Pendidikan Indonesia (Lembaran Negara Republik

- Indonesia Tahun 2014. Tambahan Lembaran Negara Nomor 5509);
5. Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 03/PER/MWA UPI/2015 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2014 tentang Statuta Universitas Pendidikan Indonesia sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 04/PER/MWAUPI/2019 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 03/PER/MWAUPI/2015 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2014 tentang Statuta Universitas Pendidikan Indonesia;
 6. Peraturan Majelis Wali Amanat No. 04 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2021-2025;
 7. Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 05 Tahun 2020 tentang Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2021;
 8. Keputusan Majelis Wali Amanat Nomor 13/UN40.MWA/KP/2020 tentang Pemberhentian Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Pengganti Antarwaktu Masa Bakti 2015-2020 dan Pengangkatan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Masa Bakti 2020-2025;
 9. Peraturan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia No.52 Tahun 2020 tentang Pedoman Penyelenggara Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2020;
 10. Peraturan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 54 Tahun 2020 tentang Pedoman Implementasi Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2021;
 11. Keputusan Rektor Nomor : 01/UN40/KP.09.04/2021 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan di Lingkungan UPI 2021;
 12. Rencana Strategis (RENSTRA) Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Tahun 2021 – 2025;

MEMUTUSKAN:

- Kestu : Menetapkan Perbaikan Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia untuk mahasiswa tahun Angkatan 2019 dengan daftar nama-nama tercantum dalam lampiran surat ini;
- Kedua : **Menugaskan Kepada :**
1. Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia untuk melakukan koordinasi dengan Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi dalam kegiatan bimbingan skripsi di lingkungan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
 2. Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi untuk mengawasi keterlaksanaan proses kegiatan bimbingan skripsi Dosen dengan para mahasiswa yang dibimbingnya.
 3. Tim Dosen Pembimbing Skripsi untuk melakukan kegiatan bimbingan skripsi terhadap mahasiswa

Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia dengan waktu bimbingan paling lama satu semester, dan jika diperlukan dapat diperpanjang, dengan catatan tidak melebihi masa studi yang ditetapkan.

Ketiga : Surat Keputusan ini berlaku mulai ditetapkan dengan catatan segala sesuatunya akan dirubah dan diperbaiki kembali apabila ternyata kemudian terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

Ditetapkan di :
Bandung, 26 Januari 2023
DPR

AGUS MULYANA



LAMPIRAN SURAT KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
Nomor : 0453/UN40.F2/HK.04/2022

DAFTAR MAHASISWA DAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI

NO	NAMA	NIM	JUDUL	Dosen Pembimbing
1	Fida Fathimah Atifah	1904456	Pergeseran Kepemimpinan Muhammadiyah Dari Kiai Ke Akademisi (Analisis Faktor Pergeseran Ketua Umum Muhammadiyah Tahun 1995)	1. Prof. Dr. H. Aceng Kosasih M.Ag 2. Dr. Pandu Hyangsewu, S.Th.I., M.Ag
2	Dyah Ayu Arimbi S.K.W.P	1901349	Pengaruh Pemanfaatan Ruang Terbuka Publik Terhadap Tingkat Solidaritas Sosial Pelaku Catwalk Citayam Fashion Week di DKI Jakarta	1. Dr. Bagja Wahyua, M.Pd 2. Nindita Fajria Utami, M.Pd
3	Annisa Fitri Ramadhanti	1900667	Pengaruh Modal Sosial Masyarakat Terhadap Respon Wisatawan Di Destinasi Wisata Curug Cigentis	1. Dr. Siti Nurbayani K. M.Si 2. Nindita Fajria Utami, M.Pd
4	Refliata Putri Ratu Pratiwi	1904057	Analisis Teori Kelas Sosial Dalam Wanprestasi Arisan <i>Get Online</i> Pada Masyarakat Kabupaten Majalengka	1. Dr. Yani Achdiani, M.Si 2. Dr. Syaifulloh M.Si
5	Rizqieka Syalsabiela Rahayu	1903676	Pengembangan Media <i>Board Game "Agent of Change"</i> pada Materi Konflik Sosial dan Resolusi Konflik Mata Pelajaran Sosiologi	1. Dr. Yadi Ruyadi, M.Si 2. Fajar Nugraha, M.Pd
6	Ayunda Rahmani Khoerunisa	1903190	Studi Resolusi Konflik Pada Ketahanan Keluarga di Kabupaten Cianjur	1. Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si 2. Abdil Aziz, M.Pd
7	Anizawati	1906355	Perbandingan Penerapan Pembelajaran Bediferensiasi Pada Kurikulum 2013 Dan Kurikulum Merdeka Dalam Pembelajaran Sosiologi	1. Dr. Wilodati, M.Si 2. Sri Wahyuni, S.Pd., M.A

8	Nada Khairunisa	1905666	Fenomena Love Bombing Sebagai Bentuk Kekerasan Berbasis Gender Dalam Pacaran	1. Hj. Siti Komariah, M.Si.,Ph.D 2. Rika Sartika, M.Pd
9	Ghina Shabrina	1901048	Pengaruh Perceraian Orangtua Terhadap Perilaku Oversharing Pada Remaja di Kota Bandung	1. Prof. Dr. H. Aceng Kosasih M.Ag 2. Drs. Maftuhin, M.Si
10	Nuris Watunnaba	1903496	Disfungsi Lembaga Sosial Agama Nonformal Terhadap Maraknya Fenomena Kehamilan Pra Nikah Pada Remaja (Studi Kasus Desa Cidadap, Kota Serang)	1. Dr. Walim, M.Pd 2. Dr. Pandu Hyangsewu, S.Th.I., M.Ag
11	Fasya Islamiyati	1901163	Implementasi Program Duta Salihat untuk Meningkatkan Kepekaan Sosial Siswa di SMA Putri Daurut Tauhid Kota Bandung	1. Dr. Walim, M.Pd 2. Dr. Syaifulloh M.Si
12	Shalom Duta Putra Harahap	1903932	Relasi Kuasa antara Orang tua dan Anak dalam Paham Otoritarian Baru (Studi Kasus pada Keluarga Modern di Kota Bandung)	1. Dr. Yani Achdiani, M.Si 2. Abdil Aziz, M.Pd
13	Rifalini Saeful Pratiwi	1906039	Penguatan Kapasitas Pengasuhan Orang Tua sebagai Upaya Membentuk Resiliensi Sosial pada Anak (Studi Kasus pada Keluarga Penerima Santunan Non-Panti di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Bayi Sehat Muhammadiyah Bandung)	1. Dr. Wilodati, M.Si 2. Dadi Mulyadi Nugraha, M.Pd
14	Michelle Avrelia Magdalena	1900269	Gerakan Sosial Komunitas Lingkungan Pandawara Dalam Meningkatkan Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan	1. Dr. Bagja Wahyua, M.Pd 2. Fajar Nugraha A. M.Pd
15	Listiana Salsa Nabila	1900995	Pengaruh Dukungan Teman Sebaya Terhadap Resiliensi Remaja Pada Siswa SMA Korban Bullying Di Kota Bandung	1. Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si 2. Supriyono, M.Pd
16	Adhiani Nur Arifah	1908208	Peran Digital Native Melalui Edukasi Digital Kepada Orang Tua untuk Mengatasi Penyebaran Berita Hoaks	1. Dr. Siti Nurbayani K. M.Si 2. Dr. Rama Wijaya, M.Pd
17	M. Fauzan Anshori	1900585	Strategi Bertahan Hidup Komunitas Pengaman Jalanan (Studi Kasus Pada Komunitas <i>Mastik Untuk Langit</i> Sektor Cihampelas Kota Bandung)	1. Dr. Yadi Ruyadi, M.Si 2. Dr. Asep Dahilyana, M.Pd

R.A. Aisyah Putri, 2023

PENGARUH TINDAKAN FLEXING INFLUENCER DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA GENERASI Z KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

18	Munaf Robbani	1908522	Toxic Relationship di Kalangan Dewasa Muda Terhadap Kesiapan Menikah (Studi Kasus Mahasiswa UPI)	1. Hj. Siti Komariah, M.Si., Ph.D 2. Drs. Mafuhin, M.Si
19	Rozaiah Dzatil Bayani	1904551	Pengaruh Kemacetan Terhadap <i>Aggressive Driving</i> Pengendara Motor dengan Persepsi Risiko Kecelakaan sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus di Jalan Raya Kopo, Kota Bandung)	1. Dr. Walim, M.Pd 2. Abdil Aziz, M.Pd
20	R.A. Aisyah Putri	1901441	Pengaruh Tindakan Flexing oleh Influencer di Instagram terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia	1. Dr. Yadi Ruyadi, M.Si 2. Fajar Nugraha A, M.Pd
21	Sofia Salsabila	1908124	Peran Komunitas Kakak Asuh Bandung dalam Penyelenggaraan Pendidikan Nonformal	1. Prof. Dr. Ahmad Hufid, M.Ed 2. Siti Wahyuni, S.Pd., M.A
22	Muhamad Ihsan Sidik	1906155	Pengaruh Fanatisme Sepak Bola terhadap Degradasi Sosial Suporter Sepak Bola Viking Persib Bandung	1. Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.Pd., S.IP., M.H., M.Si 2. Dr. Bagja Wahyu, M.Pd
23	Novia Asri Lestari	1906118	Pengaruh Konten Tiktok @Rensia Savira terhadap Pengetahuan Pola Asuh Bagi Generasi Z (Studi Analisis pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia)	1. Dr. Leni Angrani, M.Pd 2. Siti Wahyuni, S.Pd., M.A
24	Fairuz Akhriar Anam	1904468	Pengaruh Kebijakan Pemerintah dalam Melarang Komunisme terhadap Dekonstruksi Komunisme di Indonesia (Studi Deskriptif pada Mahasiswa di Kota Bandung)	1. Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.Pd., S.IP., M.H., M.Si 2. M. Iqbal, M.Si
25	Taufik Hadian Lesmana	1907618	Fenomena Prediksi Score Olahraga Sepak Bola Sebagai Ladang Judi Online Parlay Remaja Kec. Parongpong Kabupaten Bandung Barat (Studi Kasus Pada Kalangan Remaja Kec. Parongpong Kabupaten Bandung Barat)	1. Prof. Dr. Dasim Budimansyah, M.Si 2. Dr. Asep Dahliyana, M.Pd
26	Livia Alana Salsabila	1909097	Fenomena <i>Hate Speech</i> Pada Penggunaan Pseudonim Akun Pada Media Sosial Twitter	1. Prof. Dr. Dasim Budimansyah, M.Si 2. M. Iqbal, M.Si

27	Dwi Alfina Damayanti	1903923	Pengaruh Penggunaan Teknologi Pembelajaran Terhadap Peningkatan Kompetensi Peserta Didik Di Revou	1. Prof. Dr. Ahmad Hufid, M.Ed 2. Siti Wahyuni, S.Pd., M.A
28	Alma Nur Okta Delfina	1903356	Persepsi Anak Perempuan Fatherless Terhadap Pernikahan dan Membangun Keluarga Harmonis (Studi Fenomenologi Anak Perempuan Fatherless Akibat Perceraian di Kota Bandung)	1. Hj. Siti Komariah, M.Si., Ph.D 2. Dr. Pandu Hyangsewu, S.Th.I, M.Ag
29	Arini Wijayanti	1906109	Analisis Strategi Gerakan Ayo Kita Peduli dalam Pengentasan Kemiskinan Kota (Studi Kasus Pengentasan Kemiskinan Oleh Yayasan Pemuda Peduli di Kota Bandung)	1. M. Iqbal, M.Si 2. Mima Nur Alia A, M.Si
30	Feina Silvia Azhari	1900933	Dampak Perilaku Plubbing Terhadap Interaksi Sosial Dalam Keluarga (Studi Kasus Keluarga di Rw 02 Desa Tegalluar Kab.Bandung)	1. Dr. Wilodati, M.Si 2. Supriyono, M.Pd
31	Adinda Rajabani Widjaja	1900101	Peran Dan Fungsi Organisasi Kompepar Dalam Keberhasilan Revitalisasi Ekowisata Situ Gede Kota Bogor	1. Dr. Leni Angrani, M.Pd 2. Supriyono, M.Pd
32	Fenny Rahma Putri	1900382	Peran Helicopter Parenting Terhadap Self Efficacy Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia	1. Prof. Dr. Ahmad Hufid, M.Ed 2. Rika Sartika, M.Pd
33	Lisda Amelia	1908909	Analisis Fenomena Parasosial Dalam Platform Live Streaming Tiktok Pada Peningkatan Pelecehan Martabat Perempuan	1. Prof. Dr. Ely Malilah, M.Si 2. Fajar Nugraha A, M.Pd
34	Yulianti Ratna Dewi	1902049	Pandhama Dipta Sebagai Wujud Kepedulian Pemuda Terhadap Pendidikan Di Desa (Studi Kasus Gerakan Mengajar Desa di Kabupaten Subang)	1. Dr. Siti Nurbayani K, M.Si 2. Nindita Fajria Utami, M.Pd
35	Alifiyah Puteri As-Syifa	1909268	Fenomena Masculine Default terhadap Kesiapan Anggota Korps HMI-Wati (KOHATI) Cabang Bandung sebagai Calon Pemimpin	1. Dr. Yani Achdiani, M.Si 2. Siti Wahyuni, S.Pd., M.A
36	Merrier Haifa Aghnia	1904633	Implementasi Program Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) di Kelurahan Masjid Priyayi Kecamatan Kasemen Kota Serang	1. Prof. Dr. H. Aceng Kosasih M.Ag 2. Dr. Pandu Hyangsewu, S.Th.I., M.Ag

R.A. Aisyah Putri, 2023

PENGARUH TINDAKAN FLEXING INFLUENCER DI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA GENERASI Z KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

37	Alyda Nurani Agustina	1904267	Pengaruh Konten Isu Resesi Pada Aplikasi TikTok Terhadap Gaya Hidup Generasi Milenial di Kota Bandung	1. Dr. Syaifulloh M.Si 2. Fajar Nugraha A. M.Pd
38	Cindy Amelia	1900283	Fenomena Penggunaan Pinjaman <i>Online</i> Dalam Perspektif Modal Sosial (Studi Deskriptif Masyarakat Kota Bandung)	1. Dr. Yani Achdiani, M.Si 2. Nindita Fajria Utami, M.Pd
39	Shafiya Azzahra	1901481	Analisis Dampak Fenomena " <i>Fatherless</i> " Terhadap Kenakalan Remaja Di Sman 3 Palembang	1. Prof. Dr. Elly Malilah, M.Si 2. Drs. Mafuhin, M.Si
40	Nadia Hermawati	1905040	Resiliensi Ayah Single Parent sebagai Role Model Anak	1. Dr. Wilodati, M.Si 2. Dr. Asep Dahliyana, M.Pd
41	Ghanjar Suganda Putra	1902982	Fenomena FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>) dalam Festival Musik Terhadap Eksistensi Diri Mahasiswa	1. Dr. Syaifulloh M.Si 2. Dr. Asep Dahliyana, M.Pd
42	Rahma Nur Isnaini Haryadi	1904498	Fenomena Pelecehan Seksual Terhadap Laki-Laki Pengguna Moda Transportasi Kiri Jabodetabek	1. Dr. Siti Nurbayani K. M.Si 2. Mima Nur Alia A. M.Si
43	Haikal Ismail	1904525	Aktualisasi Diri Perempuan Pengguna <i>Vape</i> (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Bandung)	1. Dr. Walim, M.Pd 2. Mima Nur Alia A. M.Si
44	Wahyu Fitrianita Ramadhani	1900993	Proses Sosialisasi Gender dalam Keluarga Terhadap Ketidakadilan Gender (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Bandung)	1. Hj. Siti Komariah, M.Si.,Ph.D 2. Abdul Azis, M.Pd
45	Kinanti Latifatul Akhfa	1902786	Studi Kasus Gaya Berpacaran <i>Living Together</i> Pada Mahasiswa Kost Di Kota Bandung	1. Prof. Dr. Ahmad Hufid, M.Ed 2. Dr. Pandu Hyangsewu, S.Thi., M.Ag
46	Mutiara Nabila Nst	1900167	Pengaruh Perilaku <i>Active Defending</i> dan Perilaku <i>Outsider</i> Terhadap Terjadinya Bullying di SMA Kota Medan	1. Dr. Wilodati, M.Si 2. Mima Nur Alia A. M.Si
47	Upa Siti Hapipah	1909096	Pengaruh Penggunaan Fitur <i>Shopeepaylater</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia di Kota Bandung	1. Dr. Cik Suabuna, M.Pd 2. Rika Sartika, M.Pd
48	Anggita Laras Syamlindri	1902879	Partisipasi Masyarakat Dalam Program Zero Waste Cimahi Barendas Sebagai Upaya Penanganan Perubahan Iklim (Studi Deskriptif di Kelurahan Cipageran Kota Cimahi)	1. Bagia Wahyu, M.Pd 2. Supriyono, M.Pd

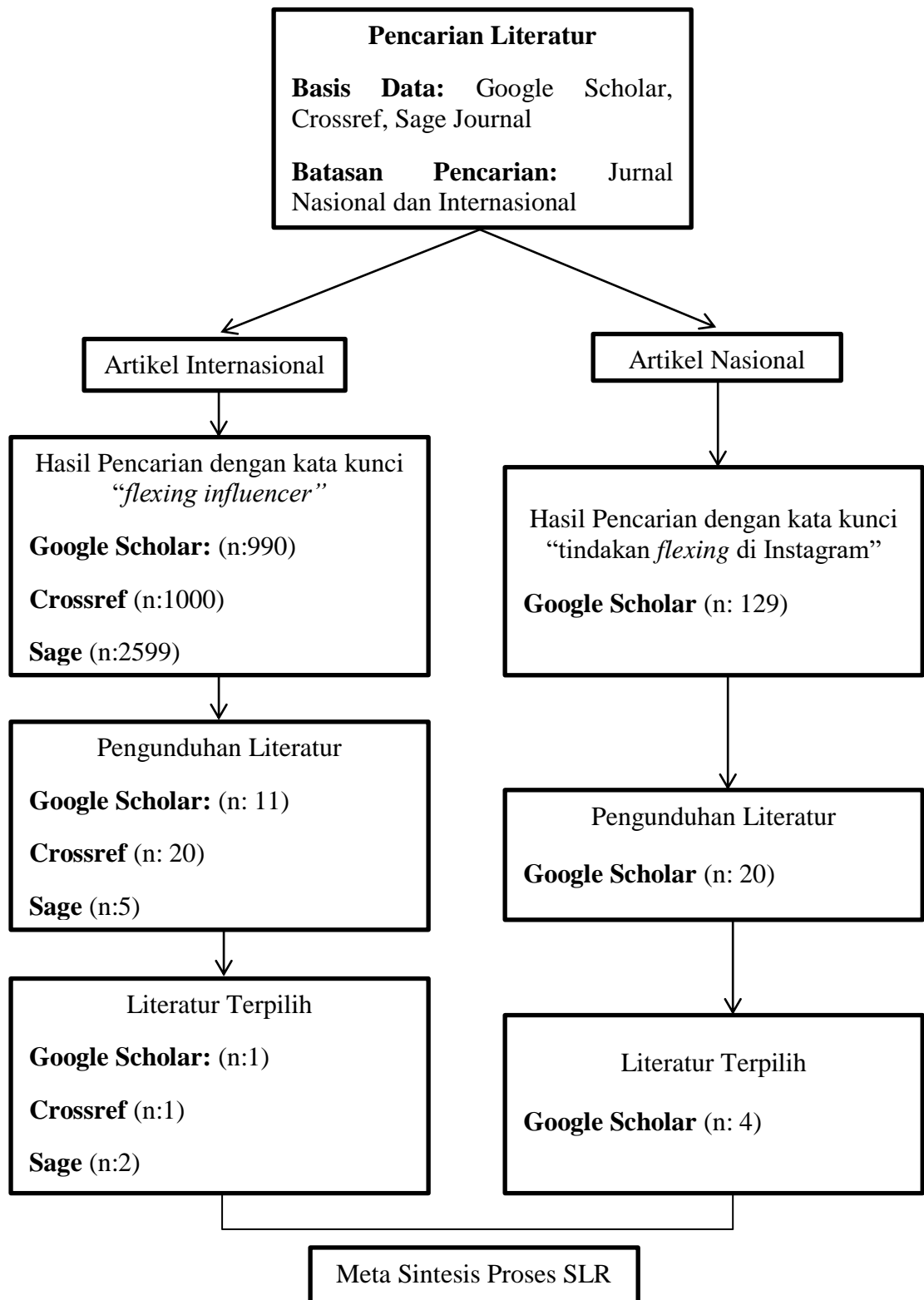
49	Deanti Aulia Nasri	1909839	Analisis Dampak Sosial Pembangunan Kolan Retensi Andir Terhadap Perubahan Kondisi Sosial-ekonomi Masyarakat Baleendah Kab. Bandung	1. Dr. Cik Suabuna, M.Pd 2. Mima Nur Alia A. S.Sos., M.Si
50	Resha Delliani	1903801	Peran Komunitas Srikandi Bio Farma Dalam Mewujudkan Kesetaraan Gender di Lingkungan Kerja (Studi Kasus di PT Bio Farma (Persero) Kota Bandung)	1. Hj. Siti Komariah, M.Si.,Ph.D 2. Nindita Fajria Utami, M.Pd
51	Alifa Nur Arssy	1901293	Kultur Sosial Terhadap Kedaulatan Diri Perempuan Dalam Fenomena Marital Rape Pada Masyarakat Kota Bandung	1. Dr. Siti Nurbayani K. M.Si 2. Ratna Fitria, S.Pd., M.Si
52	Denisa Octaviani Nur Rachmawati	1907646	Peran Ganda Istri Akibat Industrialisasi Pabrik di Desa Cinangsi Kecamatan Cibogo Kabupaten Subang (Studi Kasus pada Buruh Perempuan PT. Taekwang Industrial Indonesia)	1. Dr. Yadi Ruyadi, M.Si 2. Vini Agustiani Hadian, M.Pd



49	Deanti Aulia Nasri	1909839	Analisis Dampak Sosial Pembangunan Kolam Retensi Andir Terhadap Perubahan Kondisi Sosial-ekonomi Masyarakat Baleendah Kab. Bandung	1. Dr. Cik Suabuna, M.Pd 2. Mima Nur Alia A, S.Sos., M.Si
50	Resha Delliani	1903801	Peran Komunitas Srikandi Bio Farma Dalam Mewujudkan Kesetaraan Gender di Lingkungan Kerja (Studi Kasus di PT Bio Farma (Persero) Kota Bandung)	1. Hj. Siti Komariah, M.Si., Ph.D 2. Nindita Fajria Utami, M.Pd
51	Alifa Nur Arssy	1901293	Kultur Sosial Terhadap Kedaulatan Diri Perempuan Dalam Fenomena Marital Rape Pada Masyarakat Kota Bandung	1. Dr. Siti Nurbayani K, M.Si 2. Ratna Fitria, S.Pd., M.Si
52	Denisa Octaviani Nur Rachmawati	1907646	Peran Ganda Istri Akibat Industrialisasi Pabrik di Desa Cinangsi Kecamatan Cibogo Kabupaten Subang (Studi Kasus pada Buruh Perempuan PT. Taekwang Industrial Indonesia)	1. Dr. Yadi Ruyadi, M.Si 2. Vini Agustiani Hadian, M.Pd



Lampiran 2 Penggunaan metode PRISMA (*Preffered Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis*)



Lampiran 3 Kisi-kisi Angket Penelitian Kuantitatif

N0.	Variabel X	Indikator	Sub Indikator	Pengumpulan Data
1.	Tindakan <i>Flexing Influencer</i> (Mardiah, 2022, hlm. 310) & (Apriliyan ti, dkk, 2022, hlm. 117)	<i>Flexing</i> aspek sosial	<p>Tertarik untuk melihat tindakan <i>Flexing influencer</i> di <i>platform</i> Instagram</p> <p>Tertarik untuk melihat tindakan <i>Flexing</i> barang yang dimiliki oleh <i>Influencer</i> (contoh: sepatu, tas, jam tangan, <i>fashion</i>, pakaian, dan barang lainnya) di <i>platform</i> Instagram</p> <p>Tertarik untuk melihat tindakan <i>Flexing</i> pergi ke tempat liburan oleh <i>Influencer</i> di <i>platform</i> Instagram</p> <p>Tertarik untuk melihat tindakan <i>Flexing</i> makan di restoran oleh <i>Influencer</i> di <i>platform</i> Instagram</p> <p>Tertarik untuk</p>	Angket

N0.	Variabel X	Indikator	Sub Indikator	Pengumpulan Data
			melihat tindakan <i>Flexing</i> makan di kafe oleh <i>Influencer</i> di <i>platform</i> Instagram	
		<i>Flexing</i> aspek ekonomi	Tertarik untuk melihat tindakan <i>Flexing</i> saldo rekening oleh <i>Influencer</i> di <i>platform</i> Instagram	Angket
			Tertarik untuk melihat tindakan <i>Flexing</i> sejumlah uang yang dikeluarkan untuk transaksi kebutuhan pribadi oleh <i>Influencer</i> di <i>platform</i> Instagram	

No.	Indikator Y	Indikator	Sub-Indikator	Pengumpulan Data
1.	Perilaku Konsumtif (Adiputra & Moningga, 2012, hlm.	Penampilan produk menarik	Melakukan tindakan pembelian barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, <i>fashion</i> , pakaian, dan barang	Angket

No.	Indikator Y	Indikator	Sub-Indikator	Pengumpulan Data
	78)		lainnya) yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> karena tampilannya menarik	
			Berkunjung ke tempat liburan yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> karena tampilannya menarik	
			Berkunjung ke restoran yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> karena tampilannya menarik	
			Berkunjung ke kafe yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> karena tampilannya menarik	
		Menjaga penampilan diri dan gengsi	Melakukan tindakan pembelian barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, <i>fashion</i> , pakaian, dan barang lainnya) yang	Angket

No.	Indikator Y	Indikator	Sub-Indikator	Pengumpulan Data
			dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk kepentingan menjaga penampilan diri	
			Berkunjung ke tempat liburan yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk kepentingan menjaga gengsi	
			Berkunjung ke restoran yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk kepentingan menjaga gengsi	
			Berkunjung ke kafe yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk kepentingan menjaga gengsi	
		Menjaga simbol status	Melakukan tindakan pembelian barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, <i>fashion</i> , pakaian, dan barang lainnya) yang	Angket

No.	Indikator Y	Indikator	Sub-Indikator	Pengumpulan Data
			dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk menjaga status sosial	
			Berkunjung ke tempat liburan yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk menjaga status sosial	
			berkunjung ke restoran yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk menjaga status sosial	
			berkunjung ke kafe yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk menjaga status sosial	
		Meningkatkan rasa percaya diri	Melakukan tindakan pembelian barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, <i>fashion</i> , pakaian, dan barang lainnya) yang dipamerkan oleh	Angket

No.	Indikator Y	Indikator	Sub-Indikator	Pengumpulan Data
			<i>influencer</i> untuk meningkatkan rasa percaya diri	
			berkunjung ke tempat liburan yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk meningkatkan rasa percaya diri	
			berkunjung ke restoran yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk meningkatkan rasa percaya diri	
			berkunjung ke kafe yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> untuk meningkatkan rasa percaya diri	
		Adanya unsur konformitas	Melakukan tindakan pembelian barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, <i>fashion</i> , pakaian, dan barang lainnya) karena meniru perilaku	Angket

No.	Indikator Y	Indikator	Sub-Indikator	Pengumpulan Data
			<i>influencer</i>	
			Berkunjung ke tempat liburan karena meniru perilaku <i>influencer</i>	
			Berkunjung ke restoran karena meniru perilaku <i>influencer</i>	
			Berkunjung ke kafe karena meniru perilaku <i>influencer</i>	

Lampiran 4 Instrumen Penelitian Kuantitatif

Identitas

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Asal Universitas/Institusi :

Nomor Kontak :

Pertanyaan Kuantitatif

No.	Variabel X	Instrumen
1.	Tindakan <i>Flexing Influencer</i> (Rahayu, 2022, hlm. 77) & (Mardiah, 2022, hlm. 310)	Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing influencer</i> di Instagram
		Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing influencer</i> favorit saya
		Saya sering melihat konten tindakan <i>Flexing</i> barang yang dimiliki oleh Influencer (contoh: sepatu, tas, jam tangan, pakaian, dan barang lainnya) di Instagram
		Saya sering melihat konten tindakan <i>Flexing</i> barang yang dimiliki oleh Influencer (contoh: sepatu, tas, jam tangan, pakaian, dan barang lainnya) yang dilakukan <i>influencer</i> favorit saya
		Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing</i> pergi ke tempat liburan oleh <i>influencer</i> di Instagram
		Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing</i> pergi ke tempat liburan yang dilakukan oleh <i>influencer</i> favorit saya
		Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing</i> makan di restoran oleh <i>influencer</i> di Instagram

No.	Variabel X	Instrumen
		Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing</i> makan di restoran yang dilakukan oleh <i>influencer</i> favorit saya
		Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing</i> makan di kafe oleh <i>influencer</i> di Instagram
		Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing</i> makan di kafe yang dilakukan oleh <i>influencer</i> favorit saya
		Saya sering melihat tindakan <i>flexing</i> saldo rekening yang dilakukan oleh <i>influencer</i> di Instagram
		Saya sering melihat tindakan <i>flexing</i> saldo rekening yang dilakukan oleh <i>influencer</i> favorit saya
		Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing</i> sejumlah uang yang dikeluarkan untuk melakukan transaksi kebutuhan pribadi yang dilakukan oleh <i>influencer</i> di Instagram
		Saya sering melihat konten tindakan <i>flexing</i> sejumlah uang yang dikeluarkan untuk melakukan transaksi kebutuhan pribadi yang dilakukan oleh <i>influencer</i> favorit saya

No.	Variabel Y	Pertanyaan
1.	Perilaku Konsumtif (Adiputra & Moningga, 2012, hlm. 78)	Saya membeli barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, pakaian, dan barang lainnya) yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> karena tampilannya menarik
		Saya mengunjungi tempat liburan yang dilihat dari tindakan <i>flexing influencer</i> karena tampilannya menarik
		Saya mengunjungi restoran yang dilihat dari tindakan <i>flexing influencer</i> karena tampilannya

No.	Variabel Y	Pertanyaan
		menarik
		Saya mengunjungi kafe yang dilihat dari tindakan <i>flexing influencer</i> karena tampilannya menarik
		Saya membeli barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, pakaian, dan barang lainnya) yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> dengan tujuan untuk menjaga penampilan diri
		Saya mengunjungi tempat liburan setelah melihat tindakan <i>flexing influencer</i> dengan tujuan untuk menjaga gengsi
		Saya mengunjungi restoran setelah melihat tindakan <i>flexing influencer</i> dengan tujuan untuk menjaga gengsi
		Saya mengunjungi kafe setelah melihat tindakan <i>flexing influencer</i> dengan tujuan untuk menjaga gengsi
		Saya membeli barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, pakaian, dan barang lainnya) yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> dengan tujuan untuk menjaga status sosial
		Saya mengunjungi tempat liburan setelah melihat tindakan <i>flexing influencer</i> dengan tujuan untuk menjaga status sosial
		Saya mengunjungi restoran setelah melihat tindakan <i>flexing influencer</i> dengan tujuan untuk menjaga status sosial
		Saya mengunjungi kafe setelah melihat tindakan <i>flexing influencer</i> dengan tujuan untuk menjaga status sosial
		Saya membeli barang (contoh: sepatu, tas, jam

No.	Variabel Y	Pertanyaan
		tangan, pakaian, dan barang lainnya) yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> dengan tujuan untuk meningkatkan rasa percaya diri
		Saya mengunjungi tempat liburan setelah melihat tindakan <i>flexing influencer</i> untuk meningkatkan rasa percaya diri
		Saya mengunjungi restoran setelah melihat tindakan <i>flexing influencer</i> dengan tujuan untuk meningkatkan rasa percaya diri
		Saya mengunjungi kafe setelah melihat tindakan <i>flexing influencer</i> dengan tujuan untuk meningkatkan rasa percaya diri
		Saya membeli barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, pakaian, dan barang lainnya) yang dipamerkan oleh <i>influencer</i> karena terpengaruh tindakan <i>flexing influencer</i> di Instagram
		Saya tidak ragu untuk membeli barang tersebut karena saya percaya dengan konten <i>flexing</i> yang dilakukan oleh <i>influencer</i> di Instagram
		Saya senang setelah membeli barang tersebut
		Saya mengunjungi tempat liburan karena terpengaruh tindakan <i>flexing influencer</i> di Instagram
		Saya tidak ragu untuk mengunjungi tempat liburan tersebut karena saya percaya dengan konten <i>flexing</i> yang dilakukan oleh <i>influencer</i> di Instagram
		Saya senang setelah mengunjungi tempat liburan tersebut
		Saya mengunjungi restoran karena terpengaruh tindakan <i>flexing influencer</i> di Instagram

No.	Variabel Y	Pertanyaan
		Saya tidak ragu untuk mengunjungi restoran tersebut karena saya percaya dengan konten <i>flexing</i> yang dilakukan oleh <i>influencer</i> di Instagram
		Saya mengunjungi kafe karena terpengaruh tindakan <i>flexing influencer</i> di Instagram
		Saya tidak ragu untuk mengunjungi kafe tersebut karena saya percaya dengan konten <i>flexing</i> yang dilakukan oleh <i>influencer</i> di Instagram
		Saya senang setelah mengunjungi tempat liburan tersebut
		Saya melakukan tindakan <i>flexing</i> saldo rekening karena terpengaruh tindakan <i>flexing influencer</i> di Instagram
		Saya senang setelah melakukan tindakan <i>flexing</i> saldo rekening tersebut
		Saya melakukan tindakan <i>flexing</i> sejumlah uang yang dikeluarkan untuk transaksi kebutuhan pribadi karena terpengaruh tindakan <i>flexing influencer</i> di Instagram
		Saya senang setelah melakukan tindakan <i>flexing</i> sejumlah uang yang dikeluarkan untuk transaksi kebutuhan pribadi tersebut
		1. Melakukan tindakan pembelian sepatu karena terpengaruh tindakan <i>flexing influencer</i> di Instagram

Lampiran 5 Data Hasil Penelitian

Temuan Kualitatif

Hasil Data *Systematic Literature Review* mengenai Bentuk Tindakan *Flexing Influencer* di Instagram

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Jurnal Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>Influencer Marketing and Authenticity in Content Creation</i> (Kapitan, Van Esch, Soma, & Kietzmann, 2022)	<i>Australasian Marketing Journal</i>	<i>Influencer</i> adalah seorang panutan di media sosial yang menciptakan pengikut dengan sering memposting kehidupan sehari-hari mereka di media sosial yang berkaitan dengan keahlian mereka di bidang tertentu.
2.	Fenomena <i>Flexing</i> di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana (Arsyad, 2022)	Jurnal Cakrawala informasi	Tindakan <i>flexing influencer</i> lebih mengarah kepada perilaku konsumtif dengan membeli barang-barang mewah atau layanan premium yang dipamerkan di media sosial untuk memperoleh pengakuan status sosial.
3.	<i>Profesionalizing and Profiting: The Rise of Intermediaries in the Social Media</i>	<i>Social Media and Society</i>	Tindakan <i>flexing influencer</i> di media sosial untuk menarik minat pengguna media sosial lain yakni hal-hal yang berkaitan dengan <i>fashion</i> , kecantikan, <i>games</i> , komedi,

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Jurnal Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>influencer Industry</i> (Stoldt, Wellman, Ekdale, & Tully 2019)		perjalanan, dan lain sebagainya
4.	Fenomena <i>Flexing</i> : Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam (Mardiah, 2022)	<i>International Conference on Tradition and Religious Studies</i>	Tindakan <i>flexing influencer</i> bertujuan untuk memamerkan kemewahan agar memperoleh pengakuan status sosial. Tindakan <i>flexing influencer</i> yaitu meliputi memamerkan saldo rekening yang berjumlah fantastis, memamerkan barang-barang mahal seperti pakaian, jam tangan, tas, dsb, memamerkan foto kunjungan ke tempat liburan, dan memamerkan makan di restoran mewah atau hotel berbintang.
5	Analisis Isi Pesan <i>Flexing</i> pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7; Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz	<i>Indonesian Journal of Social and Education</i>	Tindakan <i>flexing Influencer</i> Indra Kenz pada Tayangan “Porgram Sobat Misqueen Trans 7; Episode Grebek Rumah Sultan muda Medan Indra kenz” berupa memamerkan barang-barang koleksi dan uang Dolar yang mereka miliki serta outfit yang digunakan mencapai total 2,5 miliar. Selain itu, barang-barang yang dipamerkan pada

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Jurnal Penelitian	Hasil Penelitian
	(Windyaningrum, Nurullita, Aziz, & Nurfaizy, 2022)		tayangan tersebut diantaranya jam tangan, sepatu, gelang, anting, kalung, baju, tas, cincin, celana, jaket, kemeja, kacamata, topi dan ikat pinggang.
6.	Pengaruh Media Sosial terhadap Kesenjangan Sosial dan Pola Pikir masyarakat mengenai Paham <i>Flexing</i> di Indonesia (Aprilia & Purwaningrum, 2022)	<i>Idea</i>	Tindakan <i>Flexing Influencer</i> di Instagram berupa membeli barang-barang mewah, pergi ke restoran cepat saji, mengunjungi tempat-tempat wisata dengan tujuan untuk menunjukkan gengsi sosial dengan memposting foto atau video di Instagram.
7.	Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial (Darmalaksana, 2022)	<i>Gunung Djati Conference Series</i>	Banyak <i>Influencer</i> yang menjadikan ajang <i>flexing</i> atau pamer kemewahan sebagai konten di Instagram. Tindakan <i>flexing</i> tersebut berupa menunjukkan saldo ATM, yang yang bertumpuk, pakaian mahal, jet pribadi, liburan ke luar negeri, membeli barang mahal dan pamer rumah megah.
8.	Fenomena <i>Flexing</i> di Media Sosial sebagai Ajang Pengakuan	Jurnal Sosialisasi	Tindakan <i>flexing influencer</i> semakin marak terjadi di Instagram. Hal yang di pamerkan seperti barang mewah, liburan di luar

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Jurnal Penelitian	Hasil Penelitian
	Kelas Sosial dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural (Apriliyanti et al., 2022)		negeri, jet pribadi, mobil mewah, pakaian, tas, dan sepatu yang mahal, pamer saldo ATM dan barang-barang mewah lainnya. hal itu biasanya di lakukan dengan tujuan untuk menunjukkan posisi sosial dan status sosial, menunjukkan pada kemampuannya dan untuk melahirkan kesan bagi orang lain

Temuan Kuantitatif

Analisis Data Variabel Penelitian

Variabel X

Tabel 4.7
Saya sering melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	254	91,7
Tidak	23	8,3

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.8
Saya sering melihat tindakan *flexing influencer* favorit saya

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	194	70,1
Tidak	83	29,9

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.9
Saya sering melihat konten tindakan *flexing* barang yang dimiliki oleh *influencer* (contoh: sepatu, tas, jam tangan, *fashiom* pakaian, dan barang lainnya) di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	249	89,6
Tidak	28	10,4

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.10

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* barang yang dimiliki oleh *influencer* (contoh: sepatu, tas, jam tangan, *fashiom*, pakaian, dan barang lainnya) yang dilakukan oleh *influencer* favorit saya

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	205	73,8
Tidak	72	26,2

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.11

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* pergi ke tempat liburan oleh *influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	254	91,7
Tidak	23	8,3

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.12

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* pergi ke tempat liburan oleh *influencer* favorit saya

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	215	77,0
Tidak	62	23,0

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.13

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* makan di restoran oleh *influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	248	88,7
Tidak	29	11,3

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.14

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* makan di restoran oleh *influencer* favorit saya

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	207	74,2
Tidak	70	25,8

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.15

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* makan di kafe oleh *influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	237	84,8
Tidak	40	15,2

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.16

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* makan di kafe oleh *influencer* favorit saya

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	198	71,0
Tidak	79	29,0

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.17

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* saldo rekening yang dilakukan oleh *influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	142	51,3
Tidak	135	48,7

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.18

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* saldo rekening yang dilakukan oleh *influencer* favorit saya

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	92	33,2
Tidak	185	66,8

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.19

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* sejumlah uang yang dikeluarkan untuk melakukan transaksi kebutuhan pribadi yang dilakukan oleh *influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	186	67,1
Tidak	91	32,9

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.20

Saya sering melihat konten tindakan *flexing* sejumlah uang yang dikeluarkan untuk melakukan transaksi kebutuhan pribadi yang dilakukan oleh *influencer* favorit saya

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	133	48,0
Tidak	144	52,0

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Data Variabel Y Penelitian

Tabel 4.21

Saya membeli barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, *fashion*, pakaian, dan barang lainnya) yang dipamerkan oleh *influencer* karena tampilannya menarik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	152	54,9
Tidak	125	45,1

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.22

Saya mengunjungi tempat liburan yang dilihat dari tindakan *flexing influencer* karena tampilannya menarik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	170	61,4
Tidak	107	43,6

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.23

Saya mengunjungi restoran yang dilihat dari tindakan *flexing influencer* karena tampilannya menarik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	171	61,7
Tidak	106	38,3

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.24

Saya mengunjungi kafe yang dilihat dari tindakan *flexing influencer* karena tampilannya menarik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	182	65,7
Tidak	195	34,3

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.25

Saya membeli barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, *fashion*, pakaian, dan barang lainnya) setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram dengan tujuan untuk menjaga penampilan diri

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	157	56,7

Tidak	120	43,3
-------	-----	------

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.26

Saya mengunjungi tempat liburan setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram dengan tujuan untuk menjaga gengsi

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	84	30,3
Tidak	193	69,7

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.27

Saya mengunjungi restoran setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram dengan tujuan untuk menjaga gengsi

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	233	80,5
Tidak	54	19,5

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.28

Saya mengunjungi kafe setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram dengan tujuan untuk menjaga gengsi

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	215	77,6
Tidak	62	22,4

(Sumber: olahan peneliti, 2023).

Tabel 4.29

Saya membeli barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, fashion, pakaian, dan barang lainnya) setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram dengan tujuan untuk menjaga status sosial

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	198	71,5
Tidak	79	28,5

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.30

Saya mengunjungi tempat liburan setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram dengan tujuan untuk menjaga status sosial

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	90	32,5
Tidak	187	67,5

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.31
Saya mengunjungi restoran setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram dengan tujuan untuk menjaga status sosial

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	228	82,3
Tidak	49	17,7

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.32
Saya mengunjungi kafe setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram dengan tujuan untuk menjaga status sosial

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	277	81,9
Tidak	50	18,1

(Sumber: olahan peneliti)

Tabel 4.33
Saya membeli barang (contoh: sepatu, tas, jam tangan, fashion, pakaian, dan barang lainnya) setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram untuk meningkatkan rasa percaya diri

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	173	62,5
Tidak	104	37,5

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.34
Saya mengunjungi tempat liburan setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram untuk meningkatkan rasa percaya diri

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	121	56,3
Tidak	156	43,7

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.35
Saya mengunjungi restoran setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram untuk meningkatkan rasa percaya diri

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	226	81,6
Tidak	51	18,4

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.36
Saya mengunjungi kafe setelah melihat tindakan *flexing influencer* di Instagram untuk meningkatkan rasa percaya diri

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	220	79,4
Tidak	57	20,6

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.37
Saya membeli barang (contoh: tas, jam tangan, fashion, pakaian, dan barang lainnya) karena terpengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	239	86,3
Tidak	38	13,7

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.38
Saya tidak ragu untuk membeli barang tersebut karena saya percaya dengan konten *flexing* yang dilakukan oleh *influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	219	79,1
Tidak	58	20,9

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.39
Saya senang setelah membeli barang tersebut

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	200	72,2
Tidak	77	27,8

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.40
Saya mengunjungi tempat liburan karena terpengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	214	77,3
Tidak	63	22,7

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.41
Saya tidak ragu untuk mengunjungi tempat liburan tersebut karena saya percaya dengan konten *flexing* yang dilakukan oleh *influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	196	70,9
Tidak	81	29,2

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.42
Saya senang setelah mengunjungi tempat liburan tersebut

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	236	85,2
Tidak	41	14,8

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.43
Saya mengunjungi restoran karena terpengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	253	91,3
Tidak	34	8,7

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.44
Saya tidak ragu untuk mengunjungi restoran tersebut karena saya percaya dengan konten *flexing* yang dilakukan oleh *influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	228	82,3
Tidak	49	17,7

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.45
Saya mengunjungi kafe karena terpengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	249	89,9
Tidak	28	10,1

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.46
Saya tidak ragu untuk mengunjungi kafe tersebut karena saya percaya dengan konten *flexing* yang dilakukan oleh *influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	225	81,2
Tidak	52	18,8

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.47
Saya senang setelah mengunjungi kafe tersebut

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	232	83,8
Tidak	45	16,2

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.48
Saya melakukan tindakan *flexing* saldo rekening karena terpengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	59	21,3
Tidak	218	78,7

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.49
Saya senang setelah melakukan tindakan *flexing* saldo rekening tersebut

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	49	17,7
Tidak	228	82,3

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.50
Saya melakukan tindakan *flexing* sejumlah uang yang dikeluarkan untuk transaksi kebutuhan pribadi karena terpengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	66	23,8
Tidak	211	76,2

(Sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 4.51
Saya senang setelah melakukan tindakan *flexing* sejumlah uang yang dikeluarkan untuk transaksi kebutuhan pribadi tersebut

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentas (%)
Ya	71	25,6
Tidak	206	74,4

(Sumber: olahan peneliti, 2023)