

## Abstrak

Salah satu entrepreneur atau pengusaha yang kerap kali memamerkan mobil mewah serta berlibur keliling dunia membagikan momentnya ke dalam media sosial instagram yaitu @akbarfebians yang mengakibatkan timbulnya fenomena *Flexing*, yaitu munculnya perubahan perilaku konsumen dan gaya hidup demi konten. *Flexing* dapat mengakibatkan turun-nya kesehatan mental mahasiswa berupa kecemasan atau *anxiety* karena tidak dapat mengikuti berbagai konten yang sengaja diviralkan oleh orang lain atau seringkali disebut dengan kata FOMO (*Fear of Missing Out*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembentukan identitas diri Akbar Febian dalam konteks *Flexing* di media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan netnografi melalui metode analisa elemen *personal layer*, *enactment layer*, *Relational Layer*, dan *Communal Layer*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Akbar Febian sebagai *influencer* menggunakan strategi *Flexing* untuk membentuk identitas *glamor* dan mewah agar memotivasi orang lain. Secara aksiologis, penelitian ini diharapkan Akbar Febian dapat selalu konsisten dalam membuat konten yang menjadikan dirinya individu yang memiliki inovasi, kreativitas dan keberanian untuk tampil beda di media sosial instagram.

**Kata Kunci:** Instagram, *Influencer*, Konten, *Flexing*.