

**PERGESERAN IDENTITAS SANTRI SEBAGAI
INFLUENCER MEDIA SOSIAL**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

Ahmad Syifa'un Na'im

NIM: 20105040056

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA

FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2024



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1172/Un.02/DU/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : PERGESERAN IDENTITAS SANTRI SEBAGAI *INFLUENCER* MEDIA SOSIAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AHMAD SYIFA'UN NA'IM
Nomor Induk Mahasiswa : 20105040056
Telah diujikan pada : Senin, 05 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd. M.A.
SIGNED

Valid ID: 66b9c5c00fdb



Penguji II

Erham Budi Wiranto, S.Th.I., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66b9b8114e5a8



Penguji III

M. Yaser Arafat, M.A.
SIGNED

Valid ID: 66b97efeb3cf2



Yogyakarta, 05 Agustus 2024

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Prof. Dr. Hj. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66beb6d2abfa7



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dosen Pembimbing: Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd. M.A.

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Persetujuan Skripsi Sdr. Ahmad Syifa'un Na'im

Lamp : - Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Asslamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ahmad Syifa'un Na'im

NIM : 20105040056

Program Studi : Sosiologi Agama

Judul Skripsi : Pergeseran Identitas Santri sebagai *Influencer*
Media Sosial

Sudah dapat diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata satu pada Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini saya berharap agar skripsi/tugas akhir dari saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 5 Juli 2024

Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd. M.A

NIP. 19740919 200501 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Syifa'un Na'im

NIM : 20105040056

Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Program Studi : Sosiologi Agama

Alamat : Bangilan, Kapas, Bojonegoro.

Telp/HP : 083115603898

Judul Skripsi : Pergeseran Identitas Santri sebagai *Influencer* Media Sosial

dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul terlampir di atas benar asli karya yang saya tulis sendiri dan selama proses penyelesaiannya tidak berisi hasil karya orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya jadikan sebagai referensi.
2. Jika skripsi saya telah dimunaqsyahkan dan mendapatkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup melakukan revisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal munaqsyah. Apabila dalam waktu 2 (dua) bulan saya belum dapat menyelesaikan revisi yang telah diberikan, maka saya bersedia melakukan munaqsyah kembali.
3. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan plagiasi dalam skripsi saya, maka saya bersedia menerima sanksi untuk dibatalkan gelar keserjanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 5 Juli 2024

menyatakan,



Ahmad Syifa'un Na'im

Nim: 20105040056

MOTTO

*Jangan merasa diri lebih baik dari orang lain
...Selalu merendah...*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

Bapak, Ahmad Imam Khoiri dan Ibu, Nur Azizah
serta saudaraku, Adek Ahmad Umar Syihab Al-Maulidi
dan saudaraku yang telah bersemayam di surga Allah,
Almarhum Adek Ahmad Akmal Majid Abqori



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK
**PERGESERAN IDENTITAS SANTRI SEBAGAI *INFLUENCER* MEDIA
SOSIAL**

**Oleh: Ahmad Syifa'un Na'im
20105040056**

Dosen pembimbing:
Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd. M.A
NIP. 19740919 200501 2 001

Perkembangan digital di era modern ini semakin menunjukkan kompleksitas lini kehidupan. Hal yang sebelumnya terbatas oleh jarak dan waktu, di era modern ini semua dapat diakses di manapun dan kapanpun melalui media sosial. Media sosial pada dasarnya merupakan *popular culture* yang lahir seiring kemajuan, teknologi dan informasi, oleh karena itu terdapat sisi kontradiktif pada fenomena influencer media sosial yang dijalani oleh alumni pesantren dengan latar pemahaman agama Islam. Sisi kontradiktif yang dimaksud ialah ketika terdapat pertemuan dua budaya identitas yakni identitas pesantren dan identitas influencer media sosial.

Penelitian ini memiliki dua rumusan masalah, yakni bagaimana santri yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial memaknai identitas santri dalam konteks profesi *influencer* media sosial, dan bagaimana proses negosiasi identitas santri sebagai *influencer* media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi agama dengan teori Identitas Sosial dari Henri Tajfel dan teori Konstruksi Sosial karya Peter L. Berger. Penggunaan teori dalam hal ini untuk melihat proses pemaknaan dan negosiasi identitas yang dialami oleh narasumber. Adapun sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara informan yang dipilih berdasarkan relevansi identitas sesuai dengan tema penelitian. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang dengan latar jenis pesantren serta yang beragam.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat temuan-temuan sebagai berikut. *Pertama*, para santri yang memilih profesi influencer media sosial memaknai identitas santrinya dalam konteks karir berdasarkan atribut keagamaan yang dikenakan serta berdasarkan karakter kepribadian yang ditunjukkan pada interaksi sosialnya. *Kedua*, narasumber dalam penelitian ini mengalami sebuah negosiasi identitas. Pengetahuan lama yang didapatkan semasa di pesantren mengalami pembaruan dan perkembangan dengan pengetahuan baru yang ditemukan ketika menjalani profesi influencer media sosial.

Kata kunci: Santri, *Influencer* Media Sosial, Identitas.

ABSTRACT
SHIFTING IDENTITY OF SANTRI AS SOCIAL MEDIA INFLUENCERS

By: Ahmad Syifa'un Na'im
20105040056

Supervisor:
Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd. M.A
NIP. 19740919 200501 2 001

Digital development in this modern era increasingly shows the complexity of life lines. Things that were previously limited by distance and time, in this modern era can all be accessed anywhere and anytime through social media. Social media is basically a popular culture that was born along with progress, technology and information, therefore there is a contradictory side to the phenomenon of social media influencers undertaken by pesantren alumni with a background in Islamic religious understanding. The contradictory side in question is when there is a meeting of two cultural identities, namely pesantren identity and social media influencer identity.

This study has two problem formulations, namely how santri who work as social media influencers interpret santri identity in the context of the social media influencer profession, and how the process of negotiating santri identity as social media influencers. This research uses the sociology of religion approach with Henri Tajfel's Social Identity theory and Peter L. Berger's Social Construction theory. The use of theory in this case is to see the process of meaning and negotiation of identity experienced by the informants. The main data source in this study comes from the results of informant interviews selected based on the relevance of identity in accordance with the research theme. The informants in this study totaled 5 people with various types of pesantren backgrounds.

Based on the research that has been conducted, there are the following findings. First, santri who choose the profession of social media influencers interpret their santri identity in a career context based on the religious attributes worn and based on the personality characteristics shown in their social interactions. Second, the informants in this study experienced an identity negotiation. The old knowledge gained during their time in pesantren is updated and developed with the new knowledge found when undergoing the profession of social media influencer.

Keywords: Santri, Social Media Influencer, Identity.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya serta taufiq-Nya. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah peneliti ucapkan karena telah mampu menyelesaikan penelitian tugas akhir dengan judul Pergeseran Identitas Santri sebagai *Influencer* Media Sosial. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini telah melibatkan banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dukungan serta motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua terlibat, yakni:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, M.Hum.
3. Ketua dan Sekretaris Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, M.Pd., dan Ratna Istriyani, M.A.
4. Dosen Penasehat Akademik, Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, M.Hum. yang telah memberikan arahan dan waktunya dari awal sampai akhir.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, M.Pd. yang telah memberikan segenap waktu dan tenaganya dalam membimbing jalannya penelitian tugas akhir ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga.
7. Kepada segenap narasumber, Febi, Shofina, Rizky, Vian, dan Yani yang telah bersedia menjadi sumber data dalam menyelesaikan penelitian ini.

8. Kedua orang tua, Bapak Imam Khoiri dan Ibu Nur Azizah, terima kasih yang paling dalam, yang tiada henti mendukung serta mendoakan sepanjang hidup peneliti utamanya pada proses belajar.
9. Kepada Adek-adekku tercinta, Ahmad Umar Syihab Almaulidi dan Alm. Ahmad Akmal Majid Abqori (Allahumma Ighfirlahu warhamhu wa 'afihi wa' fu 'anhu) yang telah menjadi alasan Kakak untuk bermimpi tinggi dan berjuang untuk kesejahteraan keluarga kita.
10. Semua keluarga besar di rumah yang telah memberikan dukungan dan menjadi alasan bagi peneliti untuk menggapai gelar sarjana pertama di keluarga besar kami.
11. Segenap dewan pengasuh PPAD Al-Ridlwan, serta teman-teman santri PPAD Al-Ridlwan yang telah memberi dukungan dan motivasi kepada peneliti.
12. Kepada kekasih, Liana Nurul Maslakhah, yang telah menemani, membantu, mendukung dan memperhatikan peneliti terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
13. Kepada para senior di Jogja, Bang Bagus, Mas Ikhsan, Bang Aziz, Mas Ndori, Mbak Yani dan rekan-rekan seperjuangan di kafe Kopas yang telah mendukung, memotivasi, memberi pelajaran hidup terutama dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
14. Segenap teman-teman Imada Yogyakarta, yang telah mendukung dan memotivasi peneliti serta menjadi tempat berproses selama di Jogja.
15. Segenap teman-teman mahasiswa Progam Studi Sosiologi Agama angkatan 2020 (Amorfati), atas proses pembelajaran dan bantuannya dari awal sampai titik ini.
16. Kepada segenap anggota grup Anak Baik, terima kasih juga atas pengalaman hidup, dukungan dan motivasinya untuk menyelesaikan penelitian ini.

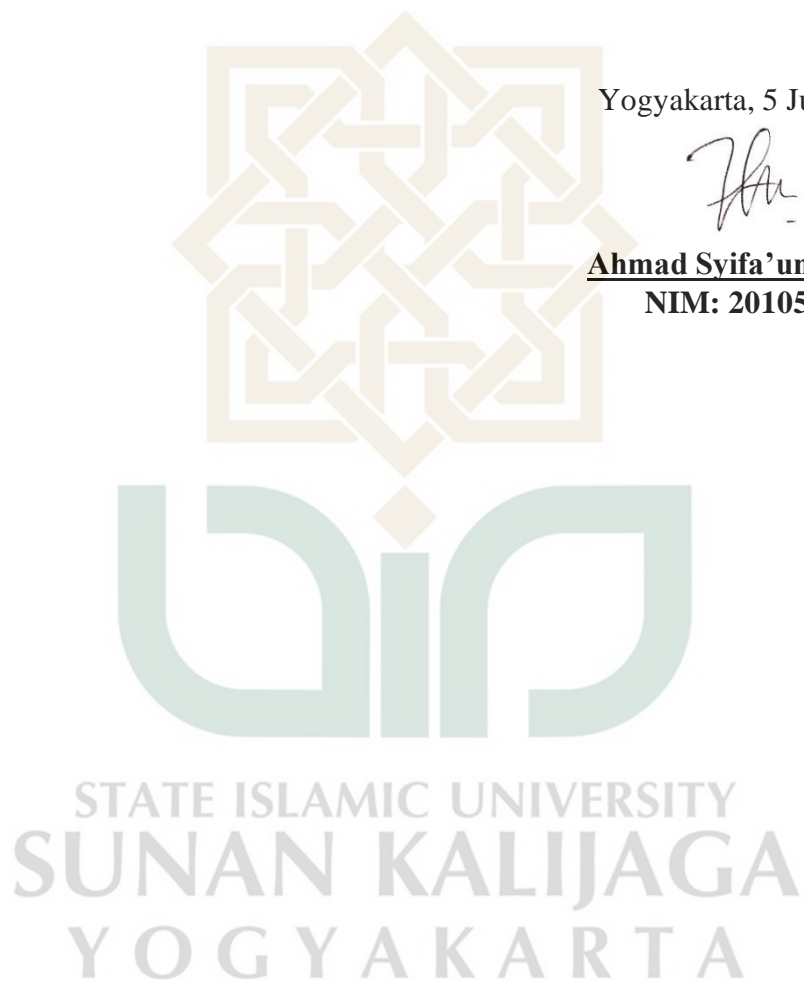
Semoga Allah SWT memberikan balasan yang sebaik-baiknya balasan atas kebaikan yang telah diberikan. Peneliti menyadari masih banyak

kekurangan dalam penelitian ini, maka peneliti sangat menerima kritik dan saran yang membangun kepada peneliti. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi Progam Studi Sosiologi Agama, peneliti-peneliti berikutnya, serta masyarakat pada umumnya. Amin.

Yogyakarta, 5 Juli 2024



Ahmad Syifa'un Na'im
NIM: 20105040056



DAFTAR ISI

SURAT PENGESAHAN	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
D. Tinjauan Pustaka	5
E. Kerangka Teori	10
F. Metode Penelitian	17
BAB II PESANTREN, SANTRI DAN DUNIA <i>INFLUENCER</i> MEDIA SOSIAL	
PESANTREN	25
A. PESANTREN	25
B. SANTRI	32
C. SANTRI DAN <i>INFLUENCER</i> MEDIA SOSIAL	34
BAB III IDENTITAS SANTRI YANG BERPROFESI SEBAGAI <i>INFLUENCER</i>	
MEDIA SOSIAL	39
A. Pemaknaan Identitas Santri	39
B. Pandangan Terhadap Budaya <i>Influencer</i> Media Sosial	43
C. Pembentukan Identitas Santri <i>Influencer</i> Media Sosial	48
D. Dinamika Pemikiran	58
BAB IV NEGOSIASI IDENTITAS SANTRI YANG BERPROFESI SEBAGAI	
<i>INFLUENCER</i> MEDIA SOSIAL	59

A. Proses Negosiasi Identitas	59
B. Dinamika Pemikiran	77
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	86
CURIRCULUM VITAE.....	96



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data Diri Narasumber Penelitian.....20



DAFTAR BAGAN

Bagan 3. 1. Dinamika Pemikiran Teori Identitas Sosial58
Bagan 4. 2. Dinamika Pemikiran Teori Konstruksi Sosial77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1. Konten Febi review fashion	62
Gambar 4. 2. Konten travelling Febi.....	62
Gambar 4. 3. Konten Rizky promosi skincare.....	64
Gambar 4. 4. Konten Rizky promosi hijab	64
Gambar 4. 5. Shofina dengan model hijab terkini.....	66
Gambar 4. 6. Shofina dalam konten review skincare.....	66
Gambar 4. 7. Yani dalam event model Miss Jawa Timur.....	68
Gambar 4. 8. Konten Vian review skincare.....	69
Gambar 4. 9. Konten Febi mengenakan pakaian gamis.....	72
Gambar 4. 10. Konten Febi berlibur ditemani seorang kawan.....	73
Gambar 4. 11. Yani dalam konten promosi produk makanan.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	86
Lampiran 2. Dokumentasi.....	87
Lampiran 3. Surat Pernyataan Kesiediaan Narasumber.....	89



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pondok pesantren merupakan bagian dari beragam warisan berharga sistem pendidikan di Nusantara yang tetap lestari dan telah melahirkan banyak pemikir Islam hingga hari ini. Pondok pesantren masyhur dengan segala aturan yang berlandaskan ajaran agama Islam. Kehidupan di pesantren amat lekat dengan beragam regulasi dan konsekuensi tentang cara laku kehidupan. Adab dan sopan santun menjadi fokus utama pendidikan karakter di pesantren.

Menurut Adnan Mahdi, saat ini pesantren memberikan sumbangsih yang begitu nyata kepada pendidikan nasional melalui wacana pendidikan karakter bangsa. Model pendidikan karakter ala pesantren diketahui cukup berhasil dengan indikator telah banyak mencetak ulama-ulama dan ahli ilmu. Hal ini dikarenakan pesantren tidak hanya mengutamakan aspek kognitif semata, melainkan juga amat memperhatikan pembentukan karakter atau akhlak (afektif).¹

Seorang santri yang bermukim di pesantren tentu akan memiliki identitasnya sendiri yang membedakan dirinya dengan orang lain. Faktor identitas dalam diri seorang santriwan santriwati juga bisa menjadi kontrol bagi dirinya sendiri untuk selalu berbuat terpuji sesuai dengan ajaran Islam.² Atribut-atribut pada diri santri dapat membedakannya dengan orang lain baik dari apa yang ditampilkan hingga persepsi yang ditimbulkan. Misalnya karakter sopan santun yang dimiliki seorang santri, akan terlihat dari cara seorang santri menghormati para kianya. Tradisi pesantren merupakan

¹ Adnan Mahdi, "SEJARAH DAN PERAN PESANTREN DALAM PENDIDIKAN DI INDONESIA", *Jurnal Islamic Review*, Vol. II, No. I, April 2013.

² Putra Pamungkas, "Peran Pondok Pesantren dalam Pembentukan Karakter Sosial Santri Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah Semarang". Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo, Semarang, 2021, hlm. 20.

bagian dari karakter yang memiliki banyak khazanah keIslaman yang mengakar dalam setiap aspek kesadaran dan dirasakan oleh orang yang pernah tinggal di pesantren. Maka dari itu tradisi di pesantren turut menopang, menggerakkan dan membentuk karakter serta identitas pribadi maupun kolektif.³

Dewasa ini, di tengah kemajuan teknologi dan informasi, pesantren tidak luput untuk turut serta adaptasi dengan kemajuan tersebut. Saat ini terdapat berbagai pesantren yang mengalami transformasi menjadi pesantren modern dengan menawarkan beragam keunggulan yang seiring dengan kemajuan zaman. Selain itu terdapat pula pesantren yang tetap mempertahankan karakter khasnya sebagai lembaga pendidikan keagamaan tradisional. Meski demikian, beberapa pesantren mulai memberi kebebasan santrinya untuk mengakses dan melebur dengan kemajuan teknologi dan informasi ini, termasuk bermain media sosial.

Media sosial merupakan sarana interaksi berbasis *daring* yang terhubung dengan jaringan internet, yang berfungsi untuk memudahkan penggunaannya berbagi informasi, berpartisipasi, melakukan komunikasi lewat berkirim pesan, menjalin relasi dan membuat jaringan.⁴ Media sosial dapat mengintegrasikan beragam laku kehidupan termasuk sebagai ruang berekspresi bagi para penggunaannya. Layaknya kehidupan nyata manusia, media sosial juga menawarkan beragam keuntungan bahkan dapat menjadi sumber mata pencaharian bagi penggunaannya. Dengan bermodal skill dan atau keunikan penggunaannya, media sosial mampu menjadi ruang kerja yang menghasilkan pundi-pundi keuntungan material maupun non-material, salah satunya adalah profesi *influencer* media sosial.

Influencer media sosial dapat didefinisikan seorang aktivis yang terhubung dengan baik, berdampak, aktif pikiran dan merupakan *trendsetter*

³ Firdausi (dkk), "Kopiah dan Sarung Identitas Pesantren: Histori Perlawanan Santri terhadap Kebudayaan Eropa". *Alhamra: Jurnal Studi Islam*, Vol. IV, No. 2, Agustus 2023.

⁴ Engkos Kosasih, "Literasi Media Sosial dalam Pemasarakatan Sikap Moderasi Beragama", *Jurnal Bimas Islam*, Vol 12, No. 1, Desember 2019.

bagi para pengikutnya.⁵ *Influencer* media sosial memiliki identitas individualnya yang melekat dan menjadi perangkat untuk berinteraksi dengan pengikutnya di laman media sosial. Misalnya dalam mempertahankan eksistensi sebagai traveller, *influencer* media sosial tersebut akan melakukan berbagai perjalanan dan mendokumentasikannya sebagai bahan konten di akun media sosial yang dimilikinya. Di sisi lain profesi ini mengharuskan pegiatnya untuk mampu mengikuti perkembangan media sosial atau yang mashyur disebut dengan *trend*.

Selama ini identitas seorang santri lekat dengan anggapan jauh dari kehidupan duniawi dan cenderung melakoni kehidupan dengan tuntunan syariat. Bahkan di era modern ini dalam beberapa tempat masih ada dari kalangan santri yang tidak begitu akrab dengan kemajuan teknologi dan informasi. Hal ini bukan menjadi sesuatu yang aneh sebab di pesantren doktrin semacam ini turut mempengaruhi dan membentuk identitas diri seorang santri.

Lain halnya dengan 5 narasumber dalam penelitian ini, Febby, Yani, dan Rizky, Shofina, dan Vian, kelimanya adalah alumni pesantren yang kini berprofesi sebagai *influencer* media sosial. Santri yang berprofesi *influencer* media sosial mengalami pertemuan dua budaya yang berbeda serta memungkinkan terjadinya pergeseran atau negosiasi antara dua identitas tersebut.

Pada prakteknya, identitas kepesantrenan yang dimiliki tak jarang bertentangan dengan *work flow* (alur kerja) sebagai seorang *influencer* media sosial. Misalnya Yani, sebagai seorang *influencer* model fashion di media sosialnya, terdapat klien yang memintanya untuk memasarkan produk fashion dan tak jarang model fashion yang diterimanya turut

⁵ Sari Anjani, Irwansyah, "Peranan *Influencer* dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram [The Role of Soscial Media *Influencer* in Communicating Messages Using Instagram]". *POLYGLOT: Jurnal Ilmiah*, Vol 16, No. 2, Juli 2020.

menampilkan bentuk tubuhnya. Hal ini menjadi fenomena baru dalam diri Yani yang memiliki latar belakang santriwati.

Munculnya profesi *influencer* media sosial yang belum lama ini menjadi hal baru bagi dunia santri dan pesantren. Pembahasan mengenai tema ini belum pernah diteliti dan menjadi penting untuk diteliti guna melihat pemaknaan santri terhadap profesi *influencer* media sosial dan proses negosiasi identitas yang dialami oleh santri yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial tersebut. Penelitian ini juga bagian dari sosiologi pesantren yang dapat memberi referensi baru terhadap penelitian-penelitian yang ada selanjutnya.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini mempunyai dua rumusan masalah yang dikaji dengan jawaban-jawaban yang diperoleh melalui pengumpulan data dan diuraikan.

1. Bagaimana santri yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial memaknai identitas santri dalam konteks profesi *influencer* media sosial?
2. Bagaimana proses negosiasi identitas santri sebagai *influencer* media sosial?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penelitian tersebut, diantaranya yaitu:

1. Mengetahui pemaknaan identitas santri dalam konteks *influencer* media sosial oleh santri yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial.
2. Mengetahui tentang proses negosiasi identitas santri dalam konteks *influencer* media sosial.

Selain tujuan, penelitian ini diharapkan juga mampu memberi manfaat dari sisi teoritis dan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam mengkaji budaya pop dan peranan agama di lingkup masyarakat sosial. Terutama dapat digunakan sebagai bahan untuk mengembangkan penelitian-penelitian selanjutnya.
 - b. Bagi program studi, penelitian ini dapat menjadi sumbangan terutama pada sub pembahasan sosiologi pesantren tentang tantangan bagi identitas santri ketika berhadapan dengan kultur modern seperti media sosial yang asing bagi kehidupan pesantren.
2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai referensi dalam menganalisis fenomena di masyarakat tentang hubungan agama dengan lingkungan sekitarnya termasuk *popular culture*. Terlebih untuk dunia pesantren, penelitian ini diharapkan dapat menjawab persoalan kegamangan yang ada pada kondisi seorang santri yang dihadapkan pada kultur di luar pesantren terkhusus dalam ruang media sosial.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan pencarian-pencarian yang dilakukan maka ditemukan beberapa hasil penelitian yang masih memiliki persamaan tema dan masalah dengan penelitian ini, yakni penelitian yang membahas santri dan pesantren. Selain itu, terdapat kedekatan tema kajian dari sisi pisau analisis serta objek material yang digunakan. Namun, untuk penelitian spesifik mengkaji pergeseran identitas santriwati sebagai *influencer* media sosial tidak ditemukan penelitian yang membahasnya. Berikut ini beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan tema penelitian ini:

Pertama, penelitian pesantren yang diprakasai oleh Isna Dwi Kurniawati (2021) mahasiswa Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul “Santriwati, Dunia *Modelling* dan Negosiasi Identitas Kepesantrenan”. Skripsi tersebut menjelaskan tentang negosiasi identitas

santriwati yang terjun dalam dunia *modelling*.⁶ Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada fokus kajian atau pembahasan serta objek yang diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh Isna berfokus pada negosiasi identitas santriwati yang berprofesi sebagai model dan pemaknaan identitas santriwati itu sendiri, sedangkan objek kajian pada penelitiannya adalah santriwati yang berprofesi sebagai model. Adapun penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti memiliki fokus kajian bentuk pergeseran identitas santriwati dan yang menjadi objek adalah santriwati yang kini berprofesi sebagai *influencer* media sosial. Persamaan penelitian ini terletak pada objek pembahasan yakni santri dan dunia pesantren.

Kedua, penelitian ilmiah yang diselesaikan oleh Argyo Demartoto (2020) mahasiswa Progam Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, dengan judul "Representasi Identitas Hibrida melalui Penampilan dan Simbol Perlawanan Santri Waria di Pesantren Al-Fatah Yogyakarta, Indonesia". Jurnal tersebut membahas tentang proses pembentukan identitas dan symbol hibrida sebagai bentuk perlawanan untuk menunjukkan identitas barunya sebagai santri waria di Pesantren Al-Fatah Yogyakarta⁷. Adapun yang membedakan antara penelitian Argyo Demartoto dengan penelitian yang dilakukan peneliti disini terletak pada adalah tujuan dan objek penelitian. Jurnal yang ditulis oleh Argyo menggunakan waria di pesantren Al-Fatah sebagai objek, dan tujuan dari penelitiannya adalah menganalisis pembentukan identitas dan symbol hibrida sebagai bentuk perlawanan untuk menunjukan identitas barunya sebagai seorang santri waria. Sedangkan objek yang digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah santri yang telah lulus dari pesantren dan kini berprofesi sebagai *influencer* media sosial, dan tujuan dari penelitian ini ialah agar dapat mengetahui faktor yang

⁶Isna Dwi Kurniawati, "Santriwati, Dunia *Modelling*, dan Negosiasi Identitas Kepesantrenan", Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2020.

⁷ Argyo Demartoto. "Representasi Identitas Hibrida melalui Penampilan dan Simbol Perlawanan Santri Waria di Pesantren Al-Fatah Yogyakarta, Indonesia", *Society*, VIII, Juni 2020, hlm. 153.

mendorong terjadinya pergeseran identitas santriwati yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial. Adapun persamaan antara kedua penelitian ini adalah saling mengkaji mengenai pertemuan dua kultur yang berbeda namun tetap menghargai kultur lamanya.

Ketiga, penelitian yang dilaksanakan oleh Nikmah Wafira (2018) mahasiswa Progam Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Negosiasi Identitas Santri Alumni Pondok Pesantren yang Berprofesi sebagai Penyanyi (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Alumni Pesantren di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”. Skripsi yang ditulis oleh Nikma Wafira membahas mengenai bentuk negosiasi identitas santri lulusan pesantren yang berprofesi sebagai penyanyi ketika menjadi mahasiswa. Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Nikma Wafira adalah untuk mengetahui proses negosiasi identitas santri alumni pesantren yang kemudian memilih untuk melakoni profesi sebagai penyanyi.⁸ Sedangkan perbedaan penelitian yang ditulis oleh Nikmah dengan penelitian ini terlihat pada objek yang digunakan pada penelitian. Adapun objek kajian skripsi yang ditulis oleh Nikma adalah santri alumni pesantren yang berprofesi sebagai penyanyi, sedangkan objek kajian dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah santriwati alumni pesantren yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah saling membahas perubahan identitas alumni pesantren dengan identitas profesi barunya setelah keluar dari pesantren.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fathansyah (2019) mahasiswa Progam Studi Bimbingan dan Konseling Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang berjudul “Pembentukan Identitas Diri Santri Remaja Putra di Lingkungan Pondok

⁸ Nikma Wafira, “Negosiasi Identitas Santri Alumni Pondok Pesantren yang Berprofesi sebagai Penyanyi (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Alumni Pesantren di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018.

Pesantren Islam Ulul Albab Jati Agung, Lampung Selatan”.⁹ Penelitian yang ditulis oleh Fathansyah tersebut membahas mengenai pembentukan identitas diri santri remaja putra di lingkungan pondok pesantren Islam Ulul Albab Jati Agung, Lampung Selatan. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui proses pembentukan identitas diri dan faktor yang menghambat pembentukan identitas pada remaja yang tinggal di pondok pesantren Islam Ulul Albab, Jati Agung, Lampung Selatan. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Fathansyah dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam hal ini terletak pada lokasi objek dan tujuannya. Adapun persamaan kedua penelitian ini adalah saling membahas identitas dalam diri santri.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Ismi Kamalia Fitri (2020) mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Peran Media Sosial *Instagram* Dalam Pembentukan Identitas diri Remaja di MAN 11 Jakarta”.¹⁰ Skripsi yang ditulis oleh Ismi Kamalia tersebut membahas mengenai peran media sosial *Instagram* dalam pembentukan identitas diri remaja MAN 11 Jakarta. Hal yang membedakan antara penelitian yang ditulis oleh Ismi Kamalia Fitri terhadap penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitian. Ismi kamalia menasar pada objek remaja di MAN 11 Jakarta, sedangkan peneliti dalam hal ini menggunakan objek santriwati alumni pesantren yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial. Adapun persamaan dari kedua penelitian ini ialah saling membahas peran media sosial dalam pembentukan identitas diri. Dalam hal ini peneliti meneliti identitas baru santriwati yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial yang sedikit banyak terpengaruh dengan aktivitasnya di media sosial *Instagram*.

⁹ Muhammad Fatansyah, “Pembentukan Identitas Diri Santri Remaja Putra di Lingkungan Pondok Pesantren Islam Ulul Albab Jati Agung, Lampung Selatan” Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Intan, Lampung, 2019.

¹⁰ Ismi Kamalia Fitri, “Peran media Sosial *Instagram* Dalam pembentukan Identitas Diri Remaja di MAN 11 Jakarta” Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2020.

Keenam, penelitian yang ditulis oleh Nenny Mellynia Agustin (2023) mahasiswa Progam Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN KH Achmad Siddiq Jember yang berjudul “ Pembentukan Identitas Diri Generasi Z (iGeneration), Melalui Media Sosial *Instagram* di Kalangan Remaja Desa Sukapura, Kecamatan Sukapura, Kabupaten Probolinggo”.¹¹ Penelitian yang ditulis oleh Nenny tersebut bertujuan untuk memahami proses pembentukan identitas diri para remaja melalui media sosial *Instagram* di kalangan remaja Desa Sukapura. Adapun persamaan antara skripsi yang ditulis oleh Nenny dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitian. Nenny dalam penelitiannya memilih remaja Desa Sukapura sebagai objek penelitiannya, sedangkan objek pada penelitian yang peneliti lakukan dalam hal ini adalah santriwati yang telah lulus dari pesantren. Adapun persamaan antara kedua penelitian tersebut adalah saling membahas peran media sosial dalam pembentukan identitas diri. Dalam hal ini penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga membahas tentang identitas baru santriwati yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial yang juga terpengaruhi oleh aktivitasnya di media sosial *Instagram*.

Tema santriwati alumni pesantren yang memilih profesi sebagai *influencer* sosial terlihat sebagai ruang yang masih kosong dalam penelitian ilmiah dan kiranya penting untuk diisi. Saat ini mulai banyak ditemukan jasa pemasaran yang ditawarkan oleh para *influencer* termasuk mereka yang memiliki latar belakang santri. Perkembangan dunia digital yang semakin pesat mengharuskan semua orang mampu beradaptasi, termasuk santri sekalipun. Pertanyaan mengenai kepastian dan bagaimana bentuk budi pekerti di dalam dunia baru tersebut mulai muncul. Dari problematika tersebut kiranya menjadi penting bagi penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana bentuk pergeseran identitas yang dialami oleh santriwati yang

¹¹ Nenny Mellynia Agustin, “Pembentukan Identitas Diri Generasi Z (iGeneration), Melalui Media Sosial *Instagram* di Kalangan Remaja Desa Sukapura, Kecamatan Sukapura, Kabupaten Probolinggo” Skripsi Fakultas Dakwah UIN KH Achmad Siddiq, Jember, 2023..

menjadi *influencer* media sosial dan faktor apa yang mendorong terjadinya pergeseran tersebut.

E. Kerangka Teori

Penjelasan teori yang dihadirkan pada penelitian ini diposisikan sebagai pisau analisis untuk memahami problematika yang dikaji dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan dua teori yakni, pertama teori identitas sosial yang dicetuskan oleh Henri Tajfel, teori ini digunakan untuk menganalisis pemaknaan narasumber atas identitas diri sebagai santri sekaligus *influencer* media sosial. Kedua teori Konstruksi Sosial yang diprakasai oleh Peter L. Berger, penggunaan teori ini untuk memahami proses terbentuknya struktur kesadaran santri yang menjadi *influencer* media sosial, mulai dari masuknya pemahaman identitas hingga perwujudannya dalam laku keseharian.

1. Pengertian Identitas

Secara epistemologi, kata identitas berasal dari kata *identity*, yang memiliki arti (1) kondisi atau kenyataan tentang sesuatu yang sama; (2) kondisi atau fakta tentang sesuatu yang sama antara dua orang atau dua benda; (3) kondisi atau fakta yang menggambarkan sesuatu yang sama di antara dua orang, benda atau kelompok; (4) pada tataran teknis, pengertian epistemologi di atas hanya menunjukkan tentang suatu kebiasaan untuk memahami identitas dengan kata “identik”, misalnya menyatakan bahwa “sesuatu” itu mirip satu dengan yang lain.¹²

Adapun identitas diri dapat diartikan sebagai kesadaran individu ataupun kelompok bahwa terdapat sesuatu yang membedakannya dengan orang atau kelompok lain. Lebih jauh lagi, identitas dapat diartikan sebagai seperangkat makna yang dapat mendefinisikan diri seseorang saat berada dalam peranan tertentu di masyarakat, sebagai anggota kelompok atau mengklaim ciri khas tertentu yang

¹² Alo Liliwei, “*Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*” (Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Angkasa, 2007), hlm. 69.

mengidentifikasi dirinya sebagai orang yang memiliki ciri khasnya sendiri.¹³

Adapun identitas dalam tataran sosial terdapat tiga macam jenis, yakni identitas budaya, identitas sosial dan identitas diri atau pribadi.¹⁴

a. Identitas Budaya

Identitas budaya merupakan ciri yang melekat dikarenakan seseorang itu menjadi bagian dari sebuah kelompok tertentu yang meliputi pembelajaran dan penerimaan tradisi, Bahasa, agama, sifat bawaan, dan keturunan dari suatu kebudayaan.

b. Identitas Sosial

Identitas sosial adalah persamaan dan perbedaan, soal personal dan sosial, soal sesuatu yang dimiliki secara bersama dengan beberapa orang, dan sesuatu yang membedakan seseorang dengan orang lain.¹⁵ Identitas sosial dapat didefinisikan sebagai pengetahuan individu yang dimiliki komunitas sosial tertentu bersama-sama dengan beberapa emosional dan nilai yang signifikan kepada keanggotaan komunitas tersebut.¹⁶

c. Identitas Pribadi

Identitas pribadi merupakan kesadaran tentang diri sendiri yang dapat diperoleh dari observasi dan penilaian terhadap dirinya, serta menyadari bahwa dirinya berbeda dengan orang lain.¹⁷

¹³ Isna Dwi Kurniawati, "Santriwati, Dunia *Modelling*, dan Negosiasi Identitas Kepesantrenan", Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2020.

¹⁴ Alo Liliwei, *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya* (Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Angkasa, 2007), hlm 95.

¹⁵ Cris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik* (Yogyakarta: PT. Benteng Pustaka), hlm 221.

¹⁶ Sony Kusumasondjaja, "Identitas Sosial, Norma Kelompok, Kepercayaan Dan Online Helping Behavior Pada Komunitas Sosial Berbasis Facebook". *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume VI, No. 2, Juni 2016.

¹⁷ Nur Hidayah, Huriati, "Krisis Identitas Diri Pada Remaja" *Sulesana: Jurnal Wawasan KeIslaman*, Vol. 10 No. 1 Tahun 2016

2. Teori Identitas Sosial

Manuel Castells dalam bukunya *The Power of Identity* menjelaskan bahwa identitas menjadi sumber makna bagi aktor itu sendiri dan dengan sendirinya dibangun melalui proses individuasi. Bagi Castells terdapat perbedaan dalam pembahasan identitas sebagai peran dan perangkat peran. Sederhananya, identitas dapat mengatur makna, sementara aktor mengatur fungsi. Artinya identitas berperan sebagai perangkat makna bagi seseorang untuk berinteraksi dengan sesamanya, ketika seseorang berfungsi sebagai manusia sosial, maka terdapat seperangkat makna yang terkandung dalam identitasnya sebagai bagian dari manusia sosial, makna yang terkandung dalam identitas tersebut dibangun dan ditentukan oleh sejarah, geografi, biologi, hingga aparatus kekuasaan dan wahyu agama.¹⁸

Henri Tajfel, salah seorang pencetus teori identitas sosial memperkenalkan teori identitas sosial pertama kali pada tahun 1986. Teori ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana seorang individu menjadi bagian dari sebuah kelompok sosial dengan memahami perilaku mereka dalam kelompok tersebut. Tajfel mendefinisikan identitas sosial sebagai bagian dari konsep diri yang berasal dari pengetahuan individu tentang keanggotaannya dalam sebuah kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut.¹⁹

Fokus dari teori identitas sosial ini adalah menjelaskan bahwa individu berusaha meningkatkan kepercayaan dirinya sebagai identitas personal dan identitas sosial. Artinya peningkatan kepercayaan tersebut dapat terjadi melalui pencapaian pribadi atau partisipasinya dalam pencapaian sebuah kelompok sosialnya. Selain itu, Tajfel melihat bahwa individu cenderung akan berjuang untuk mendapatkan dan

¹⁸ Manuel Castells, *The Power of Identity* (Oxford: Blackwall, 1997) Hlm. 6.

¹⁹ Fransisca Nurmawati Hapsari Utami, Betty Yuliani Silalahi, "Hubungan Antara Identitas Sosial Dan Konformitas Pada Anggota Komunitas Virtual Kaskus Regional Depok" Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil), Vol. 5 Oktober 2013, Bandung 8-9 Oktober 2013.

mempertahankan identitas sosial yang positif, yang memberi kenyamanan dan menyenangkan.²⁰

Manusia sebagai makhluk sosial tidak terlepas dari lingkungan sosialnya. Bahkan sejak awal perkembangan manusia, yakni ketika manusia masih hidup secara nomaden, manusia telah hidup bersama dalam bentuk kelompok-kelompok kecil. Seiring berjalannya waktu, kelompok kecil tersebut berkembang dan membentuk kelompok sosial seperti suku, etnik, bangsa, maupun ras. Henri Tajfel menjelaskan terdapat 3 proses yang berperan membentuk konsep diri bagi para anggota kelompok yaitu: Kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Berikut adalah penjelasannya:

a. Kategorisasi sosial

Kategorisasi sosial ialah proses mengklasifikasikan diri sebagai anggota sebuah kelompok. Ini didasarkan pada persepsi individu tentang kesamaan dengan anggota kelompok lain dan perbedaan dengan kelompok lain. Artinya dalam tahap ini seseorang perlu menempatkan orang, termasuk dirinya sendiri, ke dalam berbagai kategori. Pengelompokan sosial yang paling sering dilakukan antara lain adalah berdasarkan ras, etnis, agama, maupun status sosial.²¹ Seorang santri pada dasarnya telah mengelompokkan dirinya dalam kelompok santri itu sendiri. Namun, ketika ia masuk dalam dunia sosial baru, menjadi *influencer* media sosial, ia akan menemukan dan kembali menentukan kategori baru untuk berperan dalam keanggotaan kelompoknya.

b. Identifikasi sosial

Menurut Tajfel identifikasi sosial merupakan identitas sosial yang melekat pada individu, termasuk adanya rasa memiliki pada

²⁰ Zelika Amanda amrullah, "Proses Pembentukan Identitas Sosial di Komunitas Pengemudi Ojek Online", Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019.

²¹ Sarwono, "Psikologi Remaja". Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

suatu kelompok yang melibatkan emosi dan nilai-nilai pada diri individu terhadap kelompok tersebut.²²

Dalam melakukan identifikasi, individu dipacu untuk meraih identitas positif terhadap kelompoknya. Dengan demikian akan muncul harga diri individu sebagai anggota kelompok. Termasuk atas nama identitas kelompoknya, individu rela melakukan apa saja demi meningkatkan gengsi kelompok yang dikenal dengan istilah *favourits effect*. Selain itu, dalam identifikasi sosial, individu cenderung memiliki karakteristik etnosentrisme pada kelompoknya.²³

Santri yang memiliki identitas kepesantrenan tentu mengalami identifikasi sosial dan memiliki hasrat mempertahankan rasa percaya diri atas keanggotaannya sebagai bagian dari pesantren. Begitu juga ketika santri memilih profesi *influencer* media sosial, santri tersebut mengalami identifikasi sosial sebagai bagian dari *influencer* sosial media beserta dengan perangkat identitas sosial *influencer* media sosial pada umumnya.

c. Perbandingan sosial

Tahapan setelah individu mengkategorisasikan diri sebagai bagian dari kelompok dan telah mengidentifikasi kelompok tersebut ialah perbandingan sosial. Tahap ini adalah proses membandingkan antara kelompok sendiri dengan kelompok lain.

Menurut Tajfel, perbandingan sosial merupakan proses yang dibutuhkan untuk membentuk identitas sosial dengan menggunakan orang lain sebagai sumber perbandingan untuk menilai sikap dan kemampuan diri sendiri. Melalui perbandingan sosial pula identitas

²² Zelika Amanda amrullah, "Proses Pembentukan Identitas Sosial di Komunitas Pengemudi Ojek Online", Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019.

²³ Zelika Amanda amrullah, "Proses Pembentukan Identitas Sosial di Komunitas Pengemudi Ojek Online", Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019.

sosial terbentuk melalui terlihatnya perbedaan pada hal-hal yang berbeda pada *ingroup dan outgroup*.²⁴

Santri yang menjadi *influencer* media sosial akan mengalami perbandingan sosial. Pada tahap ini santri tersebut berusaha mengambil sisi positif dari identitas sosialnya. Proses ini menjadikan santri memperoleh penilaian dari posisi dan status kelompoknya.

3. Teori Konstruksi Sosial

Teori konstruksi sosial yang dikembangkan Peter L. Berger memberikan pandangan yang penting dalam memahami bagaimana realitas sosial dibentuk dan dipahami oleh individu dalam masyarakat. Peter L. Berger mengemukakan bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang inheren atau objektif, tetapi dibangun melalui proses interpretasi dan interaksi sosial. Asumsi dasar dari teori ini ialah bahwa realitas merupakan hasil ciptaan manusia yang mempunyai kemampuan kreatifitas melalui sudut pandangnya terhadap dunia sosial di sekelilingnya.²⁵

Menurut Berger, realitas sosial adalah hasil dari proses konstruksi sosial, di mana individu dan kelompok secara aktif memberikan makna pada pengalaman mereka melalui interaksi dan proses komunikasi. Dalam konteks ini realitas sosial tidak hanya terdiri dari fakta-fakta objektif, tetapi juga dari konstruksi simbolik yang diberikan oleh individu dan kelompok.

Menurut Peter L. Berger masyarakat merupakan suatu produk dari manusia. Masyarakat tidak memiliki bentuk lain kecuali bentuk yang telah diberikan kepadanya oleh aktivitas dan kesadaran manusia.

²⁴Hogg, M.A., dan Abrams, D. An Introduction to the Social Identity Approach. Dalam Abrams, D., Hogg, M.A. (Eds), Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances. New York: Harvester Wheatsheaf, 1990.

²⁵ Lisda Romdani, "Teori Konstruksi Sosial: Sebuah Teori Bagaimana Warga Negara memaknai Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Masa Pandemic", JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 10 No, 2 (2021).

Keterkaitan antara manusia dan masyarakat terjadi dalam tiga dialektis, yaitu eksternalisasi, objektivikasi, serta internalisasi.

a. Internalisasi

Pada tahap ini, individu menginternalisasi makna dan realitas sosial yang sebelumnya telah dieksternalisasi dan diobjektivikasi dalam masyarakat. Internalisasi ini menjadikan individu/manusia bagian dari masyarakat²⁶. Dengan kata lain, manusia ini merupakan produk dari masyarakat, ia mengambil alih makna dan realitas yang diterimanya sebagai bagian dari diri mereka dan menjadikannya sebagai pengetahuan dan pemahaman. Dalam praktiknya, untuk mencapai internalisasi, individu akan terlebih dulu mendapat sosialisasi yang dapat diidentifikasi sebagai pengimbasan individu secara komprehensif dan konsisten ke dalam dunia barunya. Seorang santri yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial telah menerima pengetahuan mengenai batasan aurat, akhlak yang baik dan nilai-nilai kepesantrenan yang lain sebelumnya, dan dimungkinkan juga menerima internalisasi terbaru yang didapatkannya dalam dunia pekerjaan mereka atau di luar itu. Mereka akan menggunakannya dalam menjalani profesi sebagai *influencer* media sosial dan akan mengambil peran atas internalisasi yang mereka percaya kebenarannya. Adapun internalisasi yang diterima oleh narasumber tentu berbeda-beda karena dipengaruhi oleh variabel-variabel yang ada di sekelilingnya.

b. Objektivikasi

Objektivikasi adalah proses-proses gagasan yang dijadikan sebagai objek dan mulai diinterpretasikan dalam interaksi sosial.²⁷ Tahap objektivikasi ialah proses pembiasaan realitas dan makna

²⁶ Ferry Adhi Dharma, "Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial" Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, September 2018, Vol. 7, Issue. 1

²⁷ La Husni Buton, dkk, "Konstruksi Sosial Masyarakat Namela atas Pola Hidup Bertoleransi Antara Umat Beragama", SANG PENCERAH Vol &, No. 4, Tahun 2021, hlm 622.

hasil dari internalisasi yang kemudian dilembagakan dalam interaksinya dengan orang lain. Objektivikasi berasal dari kebiasaan atas aktivitas individu. Setiap Tindakan yang sering diulang secara terus menerus di manapun dan kapanpun akan menjadi pola dalam diri individu tersebut. Seorang santri yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial akan berinteraksi dengan dunia *influencer* media sosial. Namun, dikarenakan dunia *influencer* media sosial merupakan dunia baru bagi santri, maka seiring berjalannya waktu karena adanya tuntutan profesionalitas terjadilah upaya penyaringan sehingga santri yang sekaligus *influencer* media sosial akan berbaur dan menyesuaikan diri dengan lingkungan barunya.

c. Eksternalisasi

Eksternalisasi merupakan tahap pencurahan kedirian manusia secara terus menerus ke dalam dunia, baik dalam aktivitas mental maupun fisiknya. Kedirian manusia ini bergerak keluar untuk mengekspresikan diri kepada lingkungannya.²⁸ Eksternalisasi terjadi ketika individu menyampaikan pengalaman dan pemikiran mereka kepada orang lain melalui Bahasa, Tindakan sosial dan simbol. Melalui proses ini pengalaman subjektif individu menjadi objek yang terlihat dan bisa dimengerti oleh anggota masyarakat lain. Momentum eksternalisasi dalam kaitannya dengan penelitian ini mencakup proses pengaktualisasian kedirian yang berupa “aku” sebagai “santri” dalam menjalani profesi *influencer* media sosial. Upaya atau sikap yang diambil oleh narasumber menarik untuk ditelisik bagaimana mereka mempertahankan kediriannya sebagai santri dan batasan apa yang dihadirkan ketika menjalani profesinya.

F. Metode Penelitian

Setiap penelitian ilmiah memiliki metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data. Metodologi penelitian merupakan suatu prosedur

²⁸ Peter L. Berger “*Langit suci: agama sebagai realitas sosial*”. (Jakarta: LP3ES, 1999), Hlm. 5-7.

dalam melakukan penelitian. Dalam hal ini, metode penelitian menyangkut cara peneliti mengumpulkan data, sumber data, cara menganalisis data dan cara dalam menyajikan data.²⁹ Adapun metode yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian lapangan dengan penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang memfokuskan pada penemuan fakta suatu fenomena dan berusaha memahami tingkah laku berdasarkan perspektif narasumber. Pengambilan data dalam penelitian ini dengan cara berinteraksi secara langsung dan bertanya secara mendalam kepada narasumber.

2. Sumber Data

Pada dasarnya sebuah penelitian membutuhkan data untuk mencapai hasil penelitiannya, maka peneliti mencari beragam data yang mendukung penelitian ini melalui sumber-sumber yang dapat dipercaya. Dalam hal ini ada dua sumber data yang diperlukan untuk membantu menyelesaikan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data pertama yang diperoleh dari sumber pertama yang dihasilkan saat melakukan penelitian di lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian.³⁰ Dalam hal ini untuk mendapatkan data primer, peneliti melakukan wawancara terhadap lima narasumber yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial dan memiliki latar belakang pesantren. *Kelima* narasumber tersebut dipilih dengan pertimbangan model pesantren yang berbeda-beda serta jangka waktu yang berbeda pula dengan harapan dapat diperoleh data yang lebih bervariasi. Lima narasumber tersebut

²⁹ Adib Sofia, *Metode Penelitian Karya Ilmiah*, (Yogyakarta: Bursa Ilmu, 2027), hlm. 92.

³⁰ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005), hlm 122.

berinisial Febby, Yani, Shofina, Vian dan Rizky. Berikut rangkumannya:

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini untuk mendukung data primer maka diperlukan data-data yang menunjang selesainya penelitian ini. Adapun sumber data sekunder mencakup segala referensi maupun literatur yang berasal dari buku, karya ilmiah, dan juga dibantu oleh surat kabar *online* atau media massa.³¹

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang ditempuh dalam bentuk penerimaan data yang dilakukan dengan cara merekam kejadian, menghitungnya, mengukurnya dan mencatatnya.³² Untuk mendapatkan data dalam penelitian, peneliti melakukan beberapa tahap dalam penelitian lapangan, yang menggunakan metode kualitatif, yaitu sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian. Observasi berarti Teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan. Adapun hasil observasi ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

b. Wawancara

Teknik wawancara (interview) digunakan ketika peneliti hendak melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga ketika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Cetakan ke-2, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.304.

³² Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan atau Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm. 177.

sedikit atau kecil.³³ Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara *in-dept-interview* atau wawancara semiterstruktur yakni peneliti berusaha mencari permasalahan dan meminta ide serta pendapat narasumber terkait penanggapannya terhadap suatu permasalahan. Dalam hal ini peneliti menanyakan serentetan pertanyaan yang telah disiapkan, diantaranya secara garis besar menanyakan pemaknaan narasumber terhadap identitas santri dalam konteks karir, bentuk persinggungan antara identitas santri dengan budaya dalam pekerjaannya, serta nilai yang masih dipertahankan dan yang berubah selama menjalani profesi *influencer* media sosial. Kemudian satu persatu peneliti pilah dan susun agar jawaban yang dihasilkan lebih rinci dan mendalam.

Tabel 1: Data diri narasumber penelitian

No	Nama	Lama Pendidikan	Model Pesantren	<i>Influencer</i>	Jumlah Pengikut
1	Febby	6 tahun	Salaf-semi modern	Content Creator Traveller/Fashion/Selebgram	++17.600
2	Yani	3 tahun	Salaf-semi modern	Modeling/Selebgram	++4000
3	Shofina	4 tahun	Salaf	Beauty Enthusiast/Selebgram	++12.000
4	Vian	3 tahun	Asrama Putri Modern	Content Creator/Beauty Enthusiast	++2000
5	Rizky	6 tahun	Modern	Content Creator/Beauty Enthusiast/Selebgram	++10.000

Sumber: Arsip wawancara narasumber. Ditulis oleh peneliti

³³ Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen, hlm. 224-225.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode yang sama pentingnya dengan metode lain. Metode ini dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, majalah, transkrip, prasasti, surat kabar dan sebagainya sebagai bukti fisik yang dapat mendukung data penelitian. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengarah pada dokumen informasi yang tidak diperoleh melalui proses wawancara.³⁴ Dokumentasi yang digunakan peneliti adalah dokumentasi ketika proses wawancara, foto kegiatan narasumber dalam melakoni profesi *influencer* media sosial, transkrip wawancara, katalog atau feed *Instagram* narasumber, dan catatan pesan milik narasumber yang menunjukkan adanya pergeseran identitas.

4. Teknik Analisis Data

Proses pengolahan data dilakukan dengan menganalisis hasil wawancara dan data yang didapatkan kemudian diolah menjadi bentuk laporan tertulis dengan menggunakan pisau analisis atau teori yang telah ditentukan untuk mendapatkan jawaban data secara obyektif. Berikut tahapan dalam menganalisis data:

a. Pengumpulan Data

Peneliti akan melakukan pengumpulan data sesuai dengan metode yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya, yakni Teknik wawancara dan dokumentasi. Dua metode tersebut akan membantu untuk menemukan data kualitatif berupa hal-hal mendalam dari narasumber, pengetahuan, dan dokumen catatan peristiwa.

b. Reduksi Data

Proses reduksi data akan memperpendek, menegaskan, memfokuskan serta mempertegas hal-hal yang menjadi fokus

³⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm 166.

penelitian.³⁵ Data yang dikumpulkan dari lapangan jumlahnya cukup banyak dan perlu mencatat secara teliti dan jelas agar mendapat kesimpulan data yang jelas pula. Reduksi data bertujuan untuk memfokuskan Kembali penelitian dari sekian banyaknya data yang diperoleh untuk kemudian disesuaikan dengan tujuan penelitian.

c. Verifikasi Data

Proses verifikasi data merupakan tahap peneliti mulai melakukan penafsiran terhadap data yang diperoleh, sehingga data yang telah diorganisasikan memiliki makna.³⁶ Pada verifikasi data ini peneliti mengambil kesimpulan data secara mendalam dan dikaitkan dengan asumsi dari latar belakang masalah yang ingin diteliti.

5. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis membaginya dalam lima bab. Hal ini bertujuan agar pembahasan dapat tersusun secara sistematis dan mudah dipahami serta memberikan gambaran awal sebelum akhirnya masuk pada inti pembahasan penelitian.

Bab *pertama*, pada bagian ini penulis menjelaskan akar masalah dan problem akademik yang dimuat dalam latar belakang yang menjadi alasan penelitian ini layak untuk dikaji. Selain itu pada bagian ini penulis hendak memberi paparan kerangka awal yang dapat mmbawa pembaca pada pembahasan selanjutnya. Setelah latar belakang terdapat rumusan masalah yang berfungsi sebagai batas objek kajian yang diteliti sehingga dapat fokus pada masalah dan tidak melebar keluar dari konteks permasalahan. Selanjutnya tujuan dan kegunaan penelitian yang berisi alasan dan manfaat yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Bagian selanjutnya berisi tinjauan pustakan yang memuat penjelasan singkat dari hasil penelitian sebelumnya yang berkenaan dengan pergeseran identitas atau pertemuan dua budaya baru oleh

³⁵ Soehada, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif: Untuk Studi Agama* (Yogyakarta: Suka Press, 2012), hlm. 130.

³⁶ Soehada, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif: Untuk Studi Agama*, hlm 128.

santriwati pesantren. Selanjutnya terdapat kerangka teori yang berisi pisau analisis, menjelaskan pengertian identitas dan teori identitas Peter Burke yang akan digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini. Pada sub bab berikutnya dijelaskan metode penelitian yang berisi pemaparan cara-cara yang digunakan untuk memperoleh data di lapangan. Terakhir adalah sistematika pembahasan yang berisi urutan sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

Bab *kedua*, pada bab dua peneliti akan memberikan gambaran umum mengenai dunia pesantren dan identitas santriwati. Kemudian pembahasan mengenai profesi *influencer* media sosial dan dunia kerjanya. Bab ini memberikan gambaran umum yang mengarah pada fokus penelitian agar pembaca lebih mudah memahami inti permasalahan dan variabel yang berkaitan dengan penelitian.

Bab *ketiga*, bab ini berisikan analisis data dan pembahasan dari rumusan masalah yang pertama. Bab ini membahas tentang bentuk pemaknaan identitas santri dalam konteks profesi sebagai *influencer* media sosial. Bab ini merupakan bagian inti dari skripsi ini dan menjadi hasil dari penelitian.

Bab *keempat*, bab ini berisikan analisis data dan pembahasan dari rumusan masalah yang kedua. Bagian ini berisikan pembahasan tentang proses negosiasi identitas santri yang menjadi *influencer* media sosial pasca keluar dari pesantren. Bab ini merupakan inti pembahasan kedua setelah bab tiga. Pada bab ini dapat dilihat dan dipahami faktor apa yang menjadi pendorong adanya pergeseran identitas tersebut.

Bab *kelima*, bagian penutup berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi benang merah yang dihimpun dari berbagai uraian mulai dari sebelum, sedang dan sesudah penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan saran yang ditunjukkan untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis dengan harapan dapat memperkaya khazanah keilmuan sosiologi agama. Bab ini merupakan

akhir dari proses pembaca mengenai jawaban dari rumusan masalah penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan tidak untuk menjustifikasi perilaku narasumber, yakni santri yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial, serta tidak untuk menghukumi dalam segi baik atau buruknya perilaku tersebut. Penelitian ini dilakukan semata-mata ingin melihat bentuk pergeseran dan negosiasi identitas oleh santri yang sebelumnya memegang erat identitasnya sebagai bagian dari pesantren, hingga bertemu dengan kultur yang berbeda, yakni identitas baru sebagai *influencer* media sosial.

Penelitian ini menjelaskan adanya dua identitas yang berbeda beserta dengan kulturenya masing-masing yang bertemu dalam diri seorang santri yang melakoni profesi *influencer* media sosial. Pertemuan dua budaya tersebut mengharuskan mereka beradaptasi dengan menegosiasikan pengetahuan dan pengalaman identitasnya. Penelitian ini berujung pada penemuan fakta bahwa santri yang memilih berprofesi sebagai *influencer* media sosial berangkat berdasarkan pemaknaan atas identitas santri yang dimilikinya.

Pemaknaan terhadap masa depan santri yang tidak hanya perihal mengaji saja menjadi landasan semua narasumber memilih profesi yang tidak biasa bagi kalangan pesantren dalam penelitian ini. Mereka sepakat bahwa di era modern ini santri sah dan dianjurkan untuk adaptif dan hadir dalam perkembangan zaman. Mereka melandaskan pilihan untuk menjadi *influencer* media sosial karena selama ini santri selalu diidentikan perihal mengaji saja, dan mereka membuktikan bahwa santri mampu menempati posisi-posisi dalam dunia kerja era modern ini.

Selain itu, ditemukan pula pemaknaan tentang standar keagamaan seseorang yang tidak hanya dilandaskan pada atribut keagamaan yang dikenakan. Empat narasumber dalam penelitian ini kompak meyakini

bahwa anjuran berhijab merupakan poin penting untuk menegaskan identitas santrinya. Namun, Yani menjadi satu-satunya narasumber dalam penelitian ini yang memilih melepas hijabnya dalam karir *influencer* media sosialnya. Menurut Yani lebih dari atribut yang dikenakan, seorang santri juga bisa ditandai dari karakter yang ditunjukkan dalam interaksinya dengan masyarakat. Dari sini dapat dipahami bahwa identitas santri dapat dimaknai lebih luas dan tidak hanya sekadar dari atribut keagamaan.

Pertemuan dua budaya identitas yang dialami oleh narasumber mengharuskan mereka adaptasi dan menegosiasikan keduanya. Hal tersebut dikarenakan media sosial merupakan budaya yang tidak dijangkau oleh santri semasa tinggal di pesantren. Proses negosiasi dilakukan oleh narasumber dengan cara mengkompromikan pengetahuan dan pengalaman yang mereka dapatkan semasa di pesantren dengan kultur profesi *influencer* media sosial. Upaya negosiasi identitas yang dilakukan oleh para narasumber untuk mencari kenyamanan dan profesionalitas dalam profesinya adalah dengan membatasi hal-hal yang bersifat prinsip dan keyakinan.

Febi, Rizky, Shofina, dan Vian kompak membatasi produk endorsement yang menampilkan aurat serta konten yang diunggah dengan tetap mengenakan hijab sebagai bagian dari identitas santrinya. Sedangkan Yani membatasi gaun fashion yang dikenakan tidak memperlihatkan pahanya. Selain itu, Febi sebagai seorang traveller membatasi agenda bepergiannya dengan didampingi teman perempuan sebagai bentuk penjagaan diri. Kemudian Shofina, Rizky, dan Vian sepakat membatasi konten bersama lawan jenis untuk menjaga nama baiknya sebagai alumni pesantren.

Para narasumber dalam penelitian ini juga berupaya untuk tidak menghilangkan identitas santrinya dalam membangun personal branding di akun media sosialnya dengan cara mengimbangi konten

yang diunggah, antara konten sebagai seorang *influencer* media sosial dan konten yang menunjukkan identitas santrinya.

Upaya negosiasi yang sudah dipaparkan dalam penelitian ini terjadi karena struktur kesadaran yang dimiliki narasumber turut mempengaruhi perilaku dalam melakukan profesinya sebagai *influencer* media sosial. Perasaan para narasumber dalam hal ini masih terikat dengan pesantren sebagai sebuah kontrol diri di lingkungan profesinya. Namun demikian, beberapa hal yang telah berubah dan berkembang terjadi melalui proses negosiasi dan dikendalikan penuh oleh subjektivitas narasumber. Upaya penyesuaian diri narasumber tidak berarti meninggalkan kultur pesantren, akan tetapi memodifikasi pemahaman lama mereka dengan pengetahuan baru setelah lulus dari pesantren.

B. Saran

Penelitian ini sebagai sebuah karya, tentu memiliki banyak kekurangan. Mengakhiri penelitian tentang pergeseran identitas santri yang berprofesi sebagai *influencer* media sosial ini, kiranya penting untuk dijelaskan saran untuk penelitian selanjutnya. Adapun pengambilan narasumber dalam penelitian ini masih terbatas dan kurang memiliki cakupan yang luas. Peneliti selanjutnya dapat melakukannya dengan memilih narasumber selain dengan background mahasiswa. Penelitian ini juga masih terbatas pada pengumpulan data yang hanya melalui wawancara dan dokumentasi tanpa adanya observasi, hal ini dikarenakan keterbatasan waktu, tempat dan izin narasumber.

Penelitian ini juga menunjukkan adanya kekosongan ruang diskursus ilmu fikih mengenai hukum profesi *influencer* media sosial bagi seorang perempuan muslim. Kompleksitas identitas dan budaya dalam profesi ini bisa menjadi hal yang menggelisahkan bagi seorang santri yang sebenarnya memiliki bakat, namun terhalang karena adanya pandangan hukum yang belum tegas mengenai hak dan batasan

perempuan tampil di publik, termasuk media masa. Oleh sebab itu, peneliti merekomendasikan penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam forum diskusi ulama dan santri untuk menyatakan sikap dan rumusan pendapat tentang profesi *influencer* media sosial, agar profesi ini dapat dijalani oleh kalangan santri dengan tanpa memikirkan stigma negatif dari masyarakat.

Adapun saran untuk narasumber dalam penelitian ini secara garis besar adalah untuk tetap menjaga identitas santri yang dimilikinya meskipun telah mendapatkan pengetahuan dan pengalaman identitas baru pasca keluar dari pesantren.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Nenny Mellynia, “Pembentukan Identitas Diri Generasi Z (iGeneration), Melalui Media Sosial *Instagram* di Kalangan Remaja Desa Sukapura, Kecamatan Sukapura, Kabupaten Probolinggo” Skripsi Fakultas Dakwah UIN KH Achmad Siddiq, 2023.
- Ali, Suryadharma. *Paradigma Pesantren Memperluas Horizon Kajian dan Aksi*, Malang: UIN MALIKI PRES, 2013.
- Amrullah, Zelika Amanda. “Proses Pembentukan Identitas Sosial di Komunitas Pengemudi Ojek Online”, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019.
- Arikunto, Suharismi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan atau Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Azra, Azyumardi. *Pembaruan Pendidikan Islam: Sebuah Pengantar” pada buku Marwan Saridjo, Bunga Rampai Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Depag RI, 1996.
- Barker, Cris. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: PT. Benteng Pustaka. 2005.
- Berger, Peter L. *Langit suci: agama sebagai realitas sosial*. Jakarta: LP3ES, 1999.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media. 2005.
- Castells, Manuel. *The Power of Identity*. Oxford: Blackwall. 1997.
- Demartoto, Argyo. “Representasi Identitas Hibrida melalui Penampilan dan Simbol Perlawanan Santri Waria di Pesantren Al-Fatah Yogyakarta, Indonesia”, *Society*. 2020.
- Dharma, Ferry Adhi. “Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial” Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, September 2018.
- Dhifler, Zamakhasyari. *Tradisi Pesantren*. Jakarta: LP3S, 1995.
- Eriyanti, Fitri. “Dinamika Posisi Identitas Etnis Tionghoa dalam Tinjauan Teori Identitas Sosial”. *DEMOKRASI* Vol. V No. 1 Th. 2006.

- Fahmi, Muhammad. "Mengenal Tipologi dan Kehidupan Pesantren". *Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam SYAIKHUNA*, Vol 6 No. 2 Oktober 2015.
- Fajar, Yusri. "*Negosiasi Identitas Pribumi dan Belanda dalam Sastra Poskolonial Indonesia Kontemporer*". *LITERASI*, Vol 1 No. 2, Desember 2011.
- Fatansyah, Muhamad. "Pembentukan Identitas Diri Santri Remaja Putra di Lingkungan Pondok Pesantren Islam Ulul Albab Jati Agung, Lampung Selatan" Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Intan, Lampung, 2019.
- Firdausi (dkk), "Kopiah dan Sarung Identitas Pesantren: Histori Perlawanan Santri terhadap Kebudayaan Eropa". *Alhamra: Jurnal Studi Islam*. 2023.
- Fitri, Ismi Kamalia, "Peran media Sosial *Instagram* Dalam pembentukan Identitas Diri Remaja di MAN 11 Jakarta" Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2020.
- Fransisca Nurmalita Hapsari Utami, Betty Yuliani Silalahi, "Hubungan Antara Identitas Sosial Dan Konformitas Pada Anggota Komunitas Virtual Kaskus Regional Depok". *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, Vol. 5 Oktober 2013.
- Gratciadei Tumbelaka, Izak. M. Lattu, David Samiyono. "*Negosiasi Identitas Kekristenan dalam Ritual Kampetean di Watu Pinawetengan Minahasa*". *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya* 6 (1), 2020.
- Hogg, M.A., dan Abrams, D. *An Introduction to the Social Identity Approach*. Dalam Abrams, D., Hogg, M.A. (Eds), *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. New York: Harvester Wheatsheaf, 1990.
- Kosasih, Engkos. "Literasi Media Sosial dalam Pemasarakatan Sikap Moderasi Beragama". *Jurnal Bimas Islam*. 2019.
- Kurniawati, Isna Dwi. "Santriwati, Dunia *Modelling*, dan Negosiasi Identitas Kepesantrenan", Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2020.
- Kusumasondjaja, Sony. "Identitas Sosial, Norma Kelompok, Kepercayaan Dan Online Helping Behavior Pada Komunitas Sosial Berbasis Facebook". *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 2016.

- La Husni Buton, dkk, “Konstruksi Sosial Masyarakat Namela atas Pola Hidup Bertoleransi Antara Umat Beragama”, *SANG PENCERAH* Vol &, No. 4, Tahun 2021.
- Liliwei, Allo, *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Angkasa. 2007.
- Mahdi, Adnan. “Sejarah Dan Peran Pesantren Dalam Pendidikan Di Indonesia”, *Jurnal Islamic Review*. 2013.
- Matsuhu. *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren; Suatu Kajian Tentang Unsur dan Nilai Sistem Pendidikan Pesantren*. Jakarta: INIS, 1994.
- Muhammad Nihwan, Paisun. “Tipologi Pesantren (Mengkaji Sistem Salaf dan Modern)”. *JPIK* Vol. 2, No. 1, Maret 2019.
- Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri, “Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan”. *Buletin Psikologi*, Vol. 25, 2017.
- Nur Hidayah, Huriati, “Krisis Identitas Diri Pada Remaja” *Sulesana: Jurnal Wawasan Keislaman*. 2016.
- Pamungkas, Putra. “Peran Pondok Pesantren dalam Pembentukan Karakter Sosial Santri Pondok Pesantren Al-Ma’rufiyah Semarang”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo, Semarang. 2021.
- Peter J. Burke, and Jan E. Stets, *Identity Theory*. New York: Oxford University Press. 2009.
- Rampersad, Hubert K, *Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM Publising, 2008.
- Romdani, Lisda. “Teori Konstruksi Sosial: Sebuah Teori Bagaimana Warga Negara memaknai Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Masa Pandemic”, *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 10 No, 2 (2021)
- Sari Anjani, Irwansyah, “Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instgram [The Role of Soscial Media Influencer in Communicating Messages Using *Instagram*]”. *POLYGLOT: Jurnal Ilmiah*. 2020.
- Sarwono. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

- Shilvina Widi, "Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023" dalam dataindonesia.id, diakses pada tanggal 5 Maret 2024.
- Soehada, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif: Untuk Studi Agama*. Yogyakarta: Suka Press. 2012.
- Sofia, Adib. *Metode Penelitian Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Bursa Ilmu. 2027.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Wafira, Nikma. "Negosiasi Identitas Santri Alumni Pondok Pesantren yang Berprofesi sebagai Penyanyi (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Alumni Pesantren di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)", Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018.
- Wijaya, Ida Suryani. "Konstruksi Identitas Diri Dalam Organisasi Etnis". Lentera, Vol. XVII, Desember 2016.
- Wiyosukarto, Amir Hamzah. *Biografi K.H. Imam Zarkasih dari Gontor Merintis Pesantren Modern*. Ponorogo: Gontor Press, 1996.

