

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN
TREN FASHION ISLAMI SASHFIR TERHADAP
IDENTITAS RELIGIUS REMAJA MUSLIMAH DI
DUKUH NOLOGATEN, DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**



SKRIPSI
Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana

Disusun oleh:

Zalfa Hasnatul Rofifah

NIM 22102010085

Dosen Pembimbing:

Dr. Abdul Rozak, M.Pd.

NIP 19671006 199403 1 003

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-989/Un.02/DD/PP.00.9/06/2026

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN TREN FASHION ISLAMI SASHFIR TERHADAP IDENTITAS RELIGIUS REMAJA MUSLIMAH DI DUKUH NOLOGATEN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **ZALFA HASNATUL ROFIFAH**
Nomor Induk Mahasiswa : **22102010085**
Telah diujikan pada : **Selasa, 02 Juni 2026**
Nilai ujian Tugas Akhir : **A-**

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 6a2a20304871c



Penguji I
Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a2a242557a0e



Penguji II
Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 6a296046005de



Yogyakarta, 02 Juni 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Mafuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6a2a2a1334bd4

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Zalfa Hasnatul Rofifah
NIM : 22102010085
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Tren Fashion Islami Sashfir terhadap Remaja Muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta

skripsi tersebut sudah memenuhi syarat

- Bebas dari unsur plagiarisme.
- Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan "small match exclusion" sepuluh kata.
- Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi yang berlaku.

dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 22 Mei 2026
Dosen Pembimbing


Drs. Abdul Rozak, M.Pd.

NIP 196710061994031003

Mengetahui:
Ketua Program Studi


Saptoni, M.A.

NIP 197302211999031002

- Silakan beri tanda centang (✓) jika pernyataan telah sesuai.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zalfa Hasnatul Rofifah
NIM : 22102010085
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Tren Fashion Islami Sashfir terhadap Remaja Muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Mei 2026
Yang menyatakan,



Zalfa Hasnatul Rofifah
NIM 22102010085

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang tanpa henti. Terimakasih atas setiap pengorbanan yang tidak akan pernah terbalaskan.

Kepada para dosen, khususnya dosen pembimbing, saya ucapkan terimakasih atas ilmu, arahan, kesabaran, dan bimbingan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

Untuk sahabat dan teman-teman seperjuangan, terimakasih telah menjadi bagian dari cerita ini. Menemani dalam suka dan duka, saling menguatkan ketika lelah, dan saling mengingatkan untuk terus melangkah.

Akhir kata, semoga karya ini dapat memberikan manfaat, menjadi amal kebaikan, serta langkah awal menuju perjalanan yang lebih luas di masa depan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
-Q.S. Al-Baqarah: 286

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya.”

“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release”
-Taylor Swift



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Tren Fashion Islami Sashfir terhadap Remaja Muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw., keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari proses akademik yang tidak terlepas dari berbagai tantangan, keterbatasan, serta pembelajaran yang berharga. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Saptoni, S.Ag., M.A.
4. Dosen Penasihat Akademik, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.

5. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Dr. Abdul Rozak, M.Pd. yang telah memberikan bimbingan meluangkan waktu dan ikut serta mencurahkan pikiran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membagikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis selama masa studi.
7. Segenap civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman akademik selama penulis menempuh pendidikan.
8. Pihak perangkat kelurahan Condongcatur dan pak Dukuh Nologaten, Yogyakarta, yang telah bersedia memberikan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. Teruntuk Papa dan Mama, dua permata hati yang dititipkan Tuhan untuk membantuku mengarungi deras arus kehidupan. Terasa sulit hidup ini tanpa kehadiranmu. Selalu kurayu Tuhan agar diberikannya kalian berdua umur yang panjang. 22 Tahun aku dididik dan dibina, selalu kuberharap agar ketulusan itu dihadahi sepotong Surga oleh Tuhan yang Maha Pemurah. Hari ini, kuhadiahkan gelar S.Sos ini sebagai bentuk bakti syukurku. Bujuklah Tuhan agar Ia memberikan ketegaran di dalam relung jiwaku, agar tiap tetes darah kalian yang mengalir berdenyut di nadi ini dapat menghadahi kalian berdua kesuksesan dan kemudahan hidup, untuk menjalani sisa waktu yang ditakdirkan untuk kembali menghadap-Nya dengan hati yang penuh bahagia.

10. 2 Adik saya yang selalu memberikan kebahagiaan serta dukungan pada penulis sebagai kakak dan anak pertama.
11. Sahabat Jihan, Ais, Diva sekaligus sepersempitan yang sering ngajak main. Terimakasih atas kebersamaan, dukungan, dan solidaritas yang terjalin sepanjang perjalanan peneliti menyelesaikan studi ini.
12. Kepada yang telah membersamai penulis sejak awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini usai. Terima kasih atas semangat, perhatian, dukungan, motivasi, dan kasih sayang yang senantiasa menemani penulis dalam setiap proses. Terima kasih telah hadir dalam kehidupan penulis, hingga penulis memahami arti ketulusan, kasih sayang, dan makna memaafkan yang sesungguhnya.
13. Teman-teman KPI Angkatan 22, rumah untuk berkembang dan bertumbuh selama penulis menjalani perkuliahan.
14. Seluruh pihak yang memberikan dukungannya namun tidak dapat saya sebutkan satu persatu disini.
15. Terakhir, saya berterima kasih kepada satu sosok gadis yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, seorang perempuan sederhana dengan hati kecil tetapi dengan impian besar. Terima kasih kepada peneliti skripsi ini yaitu diriku sendiri, Zalfa Hasnatul Rofifah. Anak perempuan pertama dan harapan orang tuanya. Terima kasih telah hadir di dunia ini, telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri. Aku bangga atas setiap langkah kecil yang kau ambil, atas

semua pencapaian yang mungkin tidak dirayakan orang lain. Walau terkadang harapanmu tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang kamu dapatkan. Jangan lelah untuk tetap berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Rayakan apapun dalam dirimu dan jadikan dimanapun dirimu sebagai sosok yang bermanfaat untuk dirimu sendiri maupun orang lain. Aku berdoa semoga langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Aamiin.

Yogyakarta, 23 Mei 2026

Zalfa Hasnatul Rofifah
NIM. 22102010085

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Zalfa Hasnatul Rofifah. 2026. Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Tren Fashion Islami Sashfir Terhadap Identitas Religius Remaja Muslimah di Dukuh Nologaten Daerah Istimewa Yogyakarta. Skripsi. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses konten tren fashion Islami Sashfir terhadap identitas religius remaja muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *simple random sampling* dan melibatkan 120 responden remaja muslimah berdasarkan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan software IBM SPSS Statistics 27. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara intensitas mengakses konten tren fashion Islami Sashfir terhadap identitas religius remaja muslimah dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,181. Semakin tinggi intensitas remaja muslimah dalam mengakses konten tren fashion Islami Sashfir, maka semakin tinggi pula identitas religius yang dimiliki. Konten tren fashion Islami di media sosial tidak hanya menjadi referensi gaya berpakaian, tetapi juga turut memengaruhi cara pandang dan ekspresi religius remaja muslimah di era digital.

Kata kunci: Intensitas Mengakses Konten, Fashion Islami, Identitas Religius, Remaja Muslimah, Instagram

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Zalfa Hasnatul Rofifah. 2026. The Effect of the Frequency of Accessing Sashfir Islamic Fashion Trend Content on the Religious Identity of Muslim Adolescent Girls in Dukuh Nologaten, Special Region of Yogyakarta. Thesis. Department of Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta.

This study aims to determine the effect of the intensity of accessing Sashfir Islamic fashion trend content on the religious identity of Muslim adolescent girls in Dukuh Nologaten, Special Region of Yogyakarta. This study employs a quantitative approach using simple random sampling and involves 120 Muslim adolescent female respondents based on the Slovin formula. Data collection was conducted via a questionnaire using a Likert scale and analyzed using IBM SPSS Statistics 27 software. The results indicate a positive and significant relationship between the intensity of accessing Sashfir Islamic fashion trend content and the religious identity of Muslim adolescent girls, with a significance level of $0.000 < 0.05$ and a coefficient of determination (R^2) of 0.181. The higher the intensity with which Muslim adolescent girls access Sashfir Islamic fashion trend content, the stronger their religious identity becomes. Islamic fashion trend content on social media not only serves as a reference for clothing styles but also influences the perspectives and religious expressions of Muslim teenage girls in the digital age.

Keywords: *Content Access Intensity, Islamic Fashion, Religious Identity*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kajian Pustaka.....	12
F. Sistematika Pembahasan	23
BAB II KAJIAN TEORI & KERANGKA BERPIKIR	25
A. Kajian Teori	25
1. Intensitas Mengakses Konten.....	25
2. Identitas Religius.....	29
3. Teori Uses and Effects	35
4. Teori Identitas Sosial (Social Identity Theory)	40
B. Kerangka Berpikir.....	43
C. Hipotesis.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel	48

C. Definisi Konseptual & Operasional	50
1. Definisi Konseptual dan Operasional Intensitas Mengakses Konten.....	50
2. Definisi Konseptual & Operasional Identitas Religius	54
D. Instrumen Penelitian.....	57
1. Skala Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Tren Fashion Islami Sashfir	59
2. Skala Identitas Religius Remaja Muslimah Nologaten.....	60
E. Metode Pengumpulan Data.....	63
G. Metode Analisis Data.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	75
A. Deskripsi Data.....	75
1. Gambaran Umum Responden.....	75
2. Gambaran Umum Akun Instagram Sashfir	76
3. Hasil Observasi Lapangan	79
4. Hasil Dokumentasi	80
5. Hasil Wawancara.....	81
6. Kategorisasi Skor Intensitas Mengakses Konten Tren Fashion Islami ..	83
7. Kategorisasi Skor Identitas Religius Remaja Muslimah.....	85
8. Deskripsi Data	86
B. Hasil Analisis Data.....	87
1. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	87
2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	90
3. Deskripsi Temuan Masing-Masing Variabel	92
4. Hasil Uji Hipotesis	96
C. Pembahasan.....	98
BAB V PENUTUP.....	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2 Skala Likert	58
Tabel 3 Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian.....	59
Tabel 4 Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian.....	61
Tabel 5 Kriteria Pemaknaan Korelasi Instrumen Dalam Uji Validitas.....	68
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas	68
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel Identitas Religius	69
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	71
Tabel 9 Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 10 Responden Berdasarkan Status	76
Tabel 11 Statistik Deskriptif Variabel Intensitas Mengakses Konten Tren Fashion Islami Sashfir	83
Tabel 12 Statistik Deskriptif Variabel Identitas Religius Remaja Muslimah.....	85
Tabel 13 Hasil Uji Normalitas Data	88
Tabel 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	89
Tabel 15 Hasil Uji Linearitas	90
Tabel 16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	91
Tabel 17 Hasil Uji t	97
Tabel 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	98

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir	44
Gambar 2 Tampilan Akun Instagram Sashfir	77
Gambar 3 Profil akun Instagram Sashfir	78



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia fashion selalu menjadi bagian penting dari dinamika budaya masyarakat modern. Fashion tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, tetapi juga sebagai sarana komunikasi simbolik yang menampilkan identitas, status sosial, dan nilai yang dianut seseorang. Dalam konteks keislaman, munculnya tren fashion Islami menjadi fenomena global yang menunjukkan bagaimana ajaran agama dapat berpadu dengan nilai estetika dan modernitas. Fashion muslim kini menjadi ekspresi religius sekaligus representasi kreativitas kaum muslimah. Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia menjadi pasar potensial sekaligus perkembangan fashion Islami. Dalam dua dekade terakhir, gaya busana muslimah mengalami transformasi besar. Hijab yang dulunya dianggap konservatif kini tampil modern, praktis, dan elegan. Fenomena ini terjadi berkat peran desainer, komunitas hijabers, dan media sosial yang menjadikan Indonesia sebagai kiblat mode muslim dunia.¹ Perubahan tersebut menunjukkan bahwa busana tidak hanya menjadi kebutuhan fisik, melainkan juga sarana menampilkan identitas spiritual dan sosial.

Identitas keagamaan pada remaja perempuan Muslim di Indonesia tidak semata-mata bersifat emosional atau simbolis, melainkan juga

¹ A. Afyah, "Perkembangan Industri Halal Fesyen: Peluang dan Tantangan," TSARWAH 9, no. 1 (2024): 27–37.

terwujud dalam pilihan-pilihan hidup mereka sejak masa remaja awal. Sebagai contoh, survei skala nasional terhadap individu berusia 17–21 tahun mengungkapkan bahwa 79,3% kaum muda sering mempertimbangkan prinsip-prinsip agama saat mengambil keputusan krusial dalam kehidupan mereka, dengan 31,5% menyatakan “selalu atau sangat sering” dan 47,8% menyatakan “cukup sering”.² Temuan ini menunjukkan bahwa bagi sebagian besar generasi muda, agama tetap berfungsi sebagai panduan utama dalam arah hidup mereka. Pada tingkat generasi Z, kajian perbandingan menunjukkan bahwa sekitar 83% generasi Z Muslim di Indonesia menunjukkan religiusitas yang tinggi, angka yang lebih besar dibandingkan dengan generasi Z Muslim di Inggris (79%), temuan ini menggambarkan konteks lokal yang cenderung lebih religius secara kolektif dibanding negara dengan minoritas Muslim.³

Studi validasi skala religiusitas remaja Muslim (siswa SMA di Surakarta) menunjukkan bahwa konstruk religiusitas yang terdiri dari kepercayaan, ritual, komitmen sosial, dan komitmen personal memiliki reliabilitas dan validitas yang baik.⁴ Hal ini menegaskan bahwa identitas keagamaan remaja perempuan Muslim di Indonesia bukanlah konstruksi abstrak semata, melainkan memiliki fondasi konkret dalam orientasi hidup

² Indikator Politik Indonesia, “*Anak muda Indonesia Mempertimbangkan Agama dalam Membuat Keputusan*,” dilansir oleh Databoks Katadata, 22 Maret 2021, diakses tanggal 8 Desember 2025.

³ Jamilah, Devi Pramitha, Asep Ubaidillah, Md Mahmud Bin Sayeed, “*Gen Z’s Religiosity Level : A Comparative Study between Indonesia and the United Kingdom*,” jurnal Pendidikan Agama Islam 21, no. 2 (2024): 307-318.

⁴ Shodiq Abdullah, Warsiyah Warsiyah dan Ju’subaidi Ju’subaidi, “*Developing a Religiosity Scale for Indonesian Muslim Youth*,” REID: Research and Evaluation in Education 9, no 1 (2023): 75.

dan keagamaan kolektif. Di tengah situasi ini, seiring dengan meningkatnya popularitas media sosial dan tokoh-tokoh digital (influencer), pengaruh konten religius serta gaya hidup Islami terhadap identitas religius remaja patut menjadi sorotan utama dalam kajian ilmiah.

Identitas keagamaan pada remaja perempuan Muslim terbentuk melalui integrasi nilai-nilai keagamaan dengan tahapan perkembangan psikososial yang mereka jalani, di tengah gelombang budaya internasional. Pada skala global, kajian tentang tingkat religiusitas generasi Z Muslim di Indonesia dan Inggris mengindikasikan bahwa kaum muda Muslim Indonesia menunjukkan religiusitas yang lebih kuat dan stabil jika dibandingkan dengan rekan-rekan mereka di negara-negara Barat.⁵ Di tingkat domestik, penyusunan instrumen pengukuran religiusitas remaja Muslim mengungkapkan bahwa aspek kepercayaan, pelaksanaan ritual, dan etis merupakan pokok yang membentuk identitas agama pada rekan remaja Indonesia.⁶ Pengaruh keluarga memainkan peran krusial melalui pendekatan, perilaku, dan contoh perilaku yang diberikan. Selain keluarga, lingkungan sosial dan teman sebaya turut membentuk orientasi keagamaan melalui interaksi, modeling, dan aktivitas religius bersama. Hasil penelitian mengenai *religiosity* dan *coping* religius pada remaja Muslim Indonesia juga menguatkan bahwa identitas religius berkaitan erat dengan

⁵ Pew Research Center, "Religious Importance and Religious Affiliation," bab 5 dalam *Believing in Spirits and Life after Death Is Common Around the World*, Pew Research Center, 6 Mei 2025.

⁶ Shodiq Abdullah, Warsiyah Warsiyah dan Ju'subaidi Ju'subaidi, "Developing a Religiosity Scale for Indonesian Muslim Youth," REID: Research and Evaluation in Education 9, no 1 (2023): 5.

kesejahteraan emosional dan proses adaptasi mereka.⁷ Seiring meningkatnya penggunaan media digital, remaja Muslimah kini juga terpapar pada figur publik daring yang menggabungkan simbol religius dengan gaya hidup, sehingga ruang digital ikut mengonstruksi identitas keagamaan mereka.

Seiring pesatnya perkembangan industri fashion, kemajuan teknologi digital juga mempercepat penyebaran tren dan membentuk perilaku konsumtif masyarakat. Media sosial kini menjadi wadah utama bagi para influencer dalam memperkenalkan gaya hidup dan nilai-nilai baru. Fenomena ini memperlihatkan adanya bentuk religiusitas baru yang diartikulasikan melalui ruang digital, dimana simbol-simbol Islam tampil dalam konten visual yang estetik dan mudah diterima publik.⁸ Dengan demikian, dunia maya berfungsi sebagai ruang representasi identitas keislaman. Instagram menjadi platform yang paling berpengaruh dalam membentuk citra diri muslimah modern. Melalui kekuatan visual, pengguna dapat menampilkan gaya berpakaian, aktivitas keseharian, hingga ekspresi religiusitas secara terbuka. Kredibilitas dan konsistensi seorang influencer memiliki pengaruh besar terhadap perilaku pengikutnya.

Beberapa influencer hijab terkenal di Indonesia menjadi ikon dalam membentuk tren ini. Misalnya, Richa Etika, yang dikenal melalui gaya

⁷ Neni Fitriani, H. Fuad Nashori, dan Umar Qadimil, "Religiosity and Positive Religious Coping as Predictors of Indonesian Muslim Adolescents' Externalizing Behavior and Loneliness," *Journal of Religion and Health* 61, no. 3 (2022): 23-40.

⁸ Campbell, H. A., & Tsuria, R., *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media* (2nd ed.). (London: Routledge, 2022), 3.

busana *earh tone* dan *casual modest look*, aktif membagikan konten seputar *OOTD* dan inspirasi berpakaian santun dalam aktivitas sehari-hari dengan jumlah pengikut dari data analitik HypeAuditor sekitar 392 ribu.⁹ Sementara Munira Agile menampilkan gaya yang lebih lembut *simple chic* dengan sentuhan syar'i, dan memiliki 371 ribu pengikut.¹⁰ Meskipun keduanya memiliki pengaruh di dunia modest fashion, mereka lebih menekankan aspek estetika dan gaya hidup.

Berbeda dengan Sashfir, yang memiliki pengikut lebih besar. Pemantauan statistik *real-time* dari *Social Blade* menunjukkan jumlah pengikut yang konsisten berada kisaran 967 ribu-1 juta sepanjang tahun 2025.¹¹ Konten yang dihasilkan Sashfir tidak hanya menampilkan aspek fashion, tetapi juga membawa pesan moral dan spiritual yang tersirat dalam setiap unggahan. Ia sering menyertakan kutipan-kutipan motivatif Islami, ajakan untuk menjaga aurat dengan elegan, serta refleksi diri tentang pentingnya menjadi muslimah yang berkarakter. Melalui gaya yang relatable dengan kehidupan remaja, Sashfir berhasil membangun citra sebagai role model muslimah muda yang mampu memadukan nilai keimanan dengan tren kekinian. Hal ini menjadikannya sosok yang sangat berpengaruh di kalangan remaja muslimah, khususnya di wilayah perkotaan seperti Yogyakarta, yang tidak hanya mengikuti gaya berpakaianya, tetapi

⁹ HypeAuditor, "*Richa Etika Instagram Analytics*," 2024, diakses 7 Desember 2025. <https://app.hafi.pro/profile/instagram/richaeu>

¹⁰ HypeAuditor, "*Munira Agile Instagram Analytics*," 2024, diakses 7 Desember 2025. <https://app.hafi.pro/profile/tiktok/shaaism1>

¹¹ Social Blade, "*Sashfir Instagram Statistics and Realtime Follower Count*," 2025, diakses 7 Desember 2025. <https://socialblade.com/instagram/user/sashfir/realtime>

juga menginternalisasi nilai-nilai yang ditampilkan dalam kontennya. Dengan demikian, figur Sashfir dipandang relevan sebagai objek penelitian karena mencerminkan representasi nyata dari fenomena integrasi antara fashion Islami, media sosial, dan pembentukan identitas religius generasi muda.

Fenomena ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyebutkan bahwa halal fashion di media sosial mencerminkan konstruksi motivasi Islam yang baru. Fashion Islami tidak lagi hanya berorientasi pada estetika, tetapi menjadi simbol religiusitas dan moralitas dalam kehidupan modern. Influencer berperan sebagai agen pembentuk kesadaran spiritual yang membungkus nilai-nilai Islam dalam bahasa visual yang menarik dan mudah diikuti generasi muda.¹² Temuan lain menunjukkan bahwa influencer branding berpengaruh kuat terhadap brand image serta persepsi pengikut terhadap nilai-nilai yang disampaikan influencer. Kredibilitas seorang influencer terbentuk dari keselarasan antara pesan dan gaya hidup yang ditampilkan.¹³ Ketika nilai-nilai religius dan gaya hidup modern tampil seimbang, audiens cenderung meniru bukan hanya gaya berpakaian, tetapi juga perilaku dan cara berpikir. Dalam konteks Sashfir, hal ini tampak dari citra dirinya sebagai figur muslimah muda dan santun.

¹² Matnin, Siti Komariyeh, Abdul Bari, dan Lasan, "Influencer Media Sosial dan Halal Fashion Perspektif Konstruksi Motivasi Islam dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di El-Zatta Pamekasan," *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 9, no. 02 (2024): 1–15

¹³ Denisa Apriani, Salfaa Inmitizal, dan Ramayani Yusuf, "Pengaruh Branding Influencer terhadap Brand Image pada Astiga Leather di Kabupaten Garut," *ANALYSIS: Accounting, Management, Economics, and Business* 2, no. 1 (2024): 86–95

Kondisi sosial remaja di Dukuh Nologaten, Yogyakarta, menjadi contoh menarik dalam fenomena ini. Dukuh Nologaten merupakan wilayah yang berada di Kelurahan Caturtunggal, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, yang termasuk kawasan perkotaan (urban) dengan tingkat mobilitas penduduk yang tinggi. Letaknya yang berdekatan dengan berbagai perguruan tinggi, pusat pendidikan, serta kawasan permukiman mahasiswa menjadikan wilayah ini dihuni oleh masyarakat dengan latar belakang sosial, budaya, dan pendidikan yang beragam (heterogen). Karakteristik tersebut mendorong tingginya akses terhadap teknologi digital dan media sosial, khususnya di kalangan remaja. Dalam lingkungan yang urban dan heterogen tersebut, remaja muslimah memiliki peluang yang lebih besar untuk terpapar berbagai informasi dan tren digital, termasuk konten fashion Islami di media sosial. Oleh karena itu, remaja muslimah di Dukuh Nologaten menjadi kelompok yang relevan untuk dikaji dalam konteks pembentukan identitas religius melalui media sosial.

Konteks lokal memperlihatkan dinamika yang lebih kompleks dalam kehidupan remaja muslimah di Dukuh Nologaten. Sebagian bagian dari masyarakat yang hidup di lingkungan urban dan heterogen, mereka tidak hanya berinteraksi dengan nilai-nilai keagamaan yang berkembang di lingkungan sekitar, tetapi juga terpapar berbagai budaya, gaya hidup, dan tren global melalui media digital. Kedekatan wilayah ini dengan kawasan pendidikan dan tingginya penggunaan media sosial menjadikan Instagram sebagai salah satu ruang penting bagi remaja untuk mengekspresikan

identitas dan menjadi ruang aman bagi remaja untuk menegosiasikan nilai kesopanan lokal dengan kebutuhan aktualisasi diri di dunia modern. Fenomena ini mencerminkan terjadinya *cultural hybridization*, yakni pembentukan identitas dari pertemuan antara budaya lokal dan global. Remaja muslimah Nologaten memadukan gaya berpakaian modern dengan norma kesopanan yang diajarkan lingkungan sekitar. Mereka tidak hanya meniru gaya influencer, tetapi juga menyesuaikan dengan nilai-nilai keislaman lokal. Dengan demikian, media sosial menjadi arena negosiasi simbolik antara religiusitas, budaya dan identitas diri.

Penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai aspek hubungan antara fashion Islami dan identitas religius. Namun, sebagian besar masih berfokus pada konteks struktural atau budaya lokal. Misalnya, Gladys Y. S. dan Muslimah “*Pengaruh Konten Video TikTok Sashfir terhadap Referensi Gaya Berhijab.*” Penelitian ini secara spesifik mengkaji pengaruh konten yang disajikan oleh Fira Assegaf (@Sashfir) di platform TikTok terhadap referensi gaya berhijab para pengikutnya. Sementara itu, Tiggemann dan Anderberg “*Social Media Is Not Real: The Effect of ‘Instagram vs Reality’ Images on Women’s Social Comparison and Body Image.*” menunjukkan bahwa perempuan yang terpapar gambar ideal di Instagram cenderung melakukan perbandingan penampilan yang negatif, yang berdampak pada ketidakpuasan tubuh. Di sisi lain, De Veirman, Hudders, dan Nelson menunjukkan bahwa influencer media sosial berperan signifikan dalam membentuk citra diri dan identitas perempuan muda melalui representasi

visual yang ideal dan aspiratif. Ketiga studi tersebut sama-sama menunjukkan bahwa identitas religius dan sosial perempuan dibentuk melalui interaksi antara nilai budaya, religiusitas dan representasi sosial. Namun, ketiganya belum menyoroti secara spesifik bagaimana influencer muslimah di media sosial menjadi mediator dalam pembentukan identitas keagamaan remaja di Indonesia.

Secara akademis, penelitian ini penting karena memperluas kajian tentang hubungan antara media, religiusitas, dan pembentukan identitas dalam konteks sosial remaja. Kajian tentang digital religion menekankan pentingnya melihat konteks lokal dalam memahami praktik keagamaan di media digital.¹⁴ Dengan menggabungkan Teori *Uses and Effects* dan Teori Identitas Sosial, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa media dipilih secara aktif untuk memenuhi berbagai kebutuhan termasuk pembelajaran dan pemaknaan diri, tetapi juga membentuk kesadaran dan identitas religius secara aktif.

Berdasarkan berbagai fenomena dan temuan penelitian terdahulu tersebut, peneliti berargumen bahwa intensitas mengakses konten tren fashion Islami di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber referensi gaya berpakaian, tetapi juga berpotensi memengaruhi pembentukan identitas remaja muslimah. Dalam konteks ini, akun Instagram Sashfir menjadi menarik untuk diteliti karena tidak hanya

¹⁴ Campbell, H. A., & Tsuria, R. (2022). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media* (2nd ed.). Routledge. (London: Routledge, 2022), 3.

menyajikan konten fashion yang mengikuti tren, tetapi juga menampilkan representasi nilai-nilai keislaman yang dekat dengan kehidupan remaja. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada pengaruh intensitas mengakses konten tren fashion Islami Sashfir terhadap identitas religius remaja muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta. Fokus tersebut dipilih untuk mengetahui sejauh mana keterpaparan dan keterlibatan remaja muslimah terhadap konten yang disajikan Sashfir berkontribusi dalam pembentukan identitas religius mereka di tengah perkembangan media sosial yang semakin masif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian berjudul “*Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Tren Fashion Islami Sashfir terhadap Identitas Religius Remaja Muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta*” menjadi relevan untuk dilakukan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang disampaikan oleh peneliti di atas, maka penelitian memiliki rumusan masalah yaitu:

1. *Bagaimana identitas religius remaja muslimah di Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta?*
2. *Bagaimana intensitas mengakses konten tren fashion Islami Sashfir terhadap remaja muslimah di Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta?*

3. *Apakah intensitas mengakses konten tren fashion Islami Sashfir berpengaruh terhadap identitas religius remaja muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta?*

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui identitas religius remaja muslimah di Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui intensitas mengakses konten tren fashion Islami Sashfir remaja muslimah di Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses konten tren fashion Islami Sashfir terhadap identitas religius remaja muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis

1. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan memperkaya literatur tentang media sosial, fashion Islami dan pembentukan identitas religius, ini juga menjadi penerapan nyata dari Teori *Uses and Effects* dan Teori Identitas Sosial dalam konteks remaja muslimah.

2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi influencer dan kreator Islami, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menciptakan konten yang menyeimbangkan nilai estetika dengan pesan dakwah. Bagi remaja muslimah, penelitian ini dapat menumbuhkan kesadaran kritis dalam menafsirkan tren fashion Islami secara proporsional. Selain itu, bagi akademisi dan lembaga dakwah, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam membangun strategi komunikasi Islam berbasis media sosial yang relevan dengan karakter generasi muda di era digital.

E. Kajian Pustaka

Kajian mengenai tren fashion Islami dan pengaruhnya terhadap pembentukan identitas religius muslimah telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu, baik dalam konteks lokal maupun global. Beragam penelitian tersebut menjadi pijakan penting bagi penelitian ini untuk memahami bagaimana media sosial, mode, dan nilai keislaman saling berinteraksi dalam membentuk identitas remaja muslimah di era digital. Penelitian-penelitian terdahulu berikut menjadi landasan konseptual untuk mengidentifikasi posisi, relevansi, dan pembeda, diantaranya:

Pertama, artikel yang ditulis oleh Rohman, Septianingsih, dan Purwanigara berjudul *"Pengaruh Trend Fashion Jilbab Terhadap Religiusitas Remaja Muslim Milenial"*. Penelitian ini membahas permasalahan mengenai pengaruh tren fashion jilbab terhadap religiusitas

remaja muslim milenial. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya popularitas fashion hijab di kalangan anak muda muslim serta potensi pengaruhnya terhadap sikap keberagamaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku keagamaan dan konstruksi sosial, yang menjelaskan bagaimana interaksi sosial dan media dapat membentuk nilai-nilai religius seseorang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengkaji hubungan antara fenomena tren jilbab yang populer di kalangan milenial dengan tingkat religiusitas mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren fashion jilbab memiliki pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas remaja. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan jilbab yang mengikuti tren masa kini tidak hanya berfungsi sebagai gaya hidup, tetapi juga berkorelasi positif dengan peningkatan kesadaran beragama di kalangan generasi muda.¹⁵ Namun, penelitian Rohman dkk. ini masih membahas fenomena "tren fashion" secara general tanpa memfokuskan pada siapa agen atau figur spesifik yang memicu tren tersebut di media sosial. Selain itu, fokus utama penelitian tersebut adalah pada tingkat religiusitas secara umum, bukan pada pembentukan identitas yang lebih kompleks. Berbeda dengan studi tersebut, penelitian ini berfokus secara spesifik pada pengaruh konten dari satu figur influencer otoritas, yaitu Sashfir, sebagai rujukan utama. Penelitian ini juga tidak hanya melihat tingkat religiusitas, melainkan bagaimana interaksi

¹⁵ Miftakhur Rohman, Elly Septianingsih, dan Sakti Purwanigara, "Pengaruh Trend Fashion Jilbab Terhadap Religiusitas Remaja Muslim Milenial," *FIKR: Jurnal Pemikiran Studi Islam* 1, no. 1 (2024): 42-50.

intensif dengan konten Sashfir membentuk identitas religius remaja muslimah secara spesifik dalam konteks komunitas lokal di Dukuh Nologaten, Yogyakarta.

Kedua, artikel yang ditulis oleh Tiggemann dan Anderberg berjudul "*Social Media Is Not Real: The Effect of 'Instagram vs Reality' Images on Women's Social Comparison and Body Image.*" membahas masalah tentang bagaimana perbandingan sosial yang muncul dari konten "*Instagram vs Reality*" memengaruhi citra tubuh perempuan. Permasalahan ini muncul dari kecenderungan pengguna media sosial khususnya perempuan muda untuk membandingkan diri mereka dengan standar kecantikan tidak realistis yang ditampilkan di media digital. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perbandingan sosial, yang menjelaskan bahwa individu secara alami membandingkan diri mereka dengan orang lain sebagai bentuk evaluasi diri. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen kuantitatif untuk menyelidiki bagaimana paparan terhadap konten "Instagram vs Reality" dari influencer memengaruhi perbandingan sosial dan citra tubuh perempuan muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan yang terpapar gambar ideal di Instagram cenderung melakukan perbandingan penampilan yang negatif, yang berdampak pada ketidakpuasan tubuh.¹⁶ Namun, ketika influencer menampilkan sisi realitas di balik foto tersebut, dampak negatif terhadap citra tubuh dapat diminimalisir. Meskipun

¹⁶ Marika Tiggemann dan Isabella Anderberg, "*Social Media Is Not Real: The Effect of 'Instagram vs Reality' Images on Women's Social Comparison and Body Image,*" *New Media & Society* 22, no. 12 (2020): 2185.

penelitian Tiggemann dan Anderberg sangat relevan dalam konteks psikologi media, studi tersebut berfokus pada perempuan secara umum di negara Barat (sekuler) dan menitikberatkan pada ketidakpuasan fisik semata. Berbeda dengan studi tersebut, penelitian ini menempatkan Sashfir tidak hanya sebagai ikon kecantikan, tetapi sebagai role model religius. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan aspek psikologi religius untuk melihat bagaimana konten fashion Islami membentuk identitas muslimah, bukan sekadar kepuasan fisik.

Ketiga, artikel yang ditulis oleh Gladys Y. S. dan Muslimah berjudul “*Pengaruh Konten Video TikTok Sashfir terhadap Referensi Gaya Berhijab.*” Penelitian ini membahas permasalahan pengaruh konten yang disajikan oleh Fira Assegaf (@Sashfir) di platform TikTok terhadap referensi gaya berhijab para pengikutnya. Latar belakang penelitian ini adalah maraknya penggunaan TikTok di kalangan remaja yang secara tidak langsung turut memengaruhi preferensi gaya berpakaian, termasuk dalam konteks hijab. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratifications, yang menekankan pada bagaimana individu secara aktif memilih media dan konten untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk kebutuhan identitas dan ekspresi diri. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini menemukan bahwa dua sub-variabel utama, yaitu isi pesan (konten) dan daya tarik (*attractiveness*) Sashfir, memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap referensi gaya berhijab audiens.¹⁷ Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Sashfir memberikan pengaruh cukup kuat dalam membentuk referensi gaya berhijab remaja, khususnya dalam hal estetika dan pilihan model fashion Islami. Penelitian Galdys Y. S. dan Muslimah ini sangat relevan karena membahas objek studi yang sama (Sashfir) dan platform yang serupa (media sosial), serta menggunakan kerangka teori yang dekat dengan ranah komunikasi massa (*Uses and Gratifications*). Namun, studi tersebut berfokus pada dampak referensi gaya (aspek fesyen), yang bersifat kognitif dan perilaku dangkal. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan fokus pada dampak yang lebih dalam, yaitu pembentukan Identitas Religius (aspek psikologis dan afektif) remaja muslimah, dan dengan menganalisis intensitas penggunaan media melalui kerangka teori *Uses and Effects* yang merupakan sintesis *Uses and Gratifications* dan *Effects Theory*.

Keempat, artikel yang ditulis oleh Matnin, Siti Komariyeh. Abdul Bari, dan Lasan berjudul "*Influencer Media Sosial dan Halal Fashion Perspektif Konstruksi Motivasi Islam dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di El-Zatta Pamekasan.*" Penelitian ini membahas masalah terkait peran influencer media sosial dalam membentuk konstruksi motivasi Islami terhadap keputusan pembelian produk halal fashion di El-Zatta Pamekasan. Permasalahan ini berangkat dari meningkatnya tren fashion Islami yang dimediasi oleh figur publik digital dan kebutuhan konsumen Muslim

¹⁷ Gladys Faras Y. S. dan Tikka Muslimah, "*Pengaruh Konten Video TikTok Sashfir terhadap Referensi Gaya Berhijab,*" *Innovative: Journal Of Social Science Research* 5, no. 4 (2025): 1037.

terhadap produk yang tidak hanya modis, tetapi juga sesuai syariat. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications*, dan teori persepsi sosial yang menjelaskan bagaimana pesan yang dibawa oleh influencer dapat membentuk persepsi dan keyakinan religius yang berkaitan dengan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menyelidiki pengaruh influencer media sosial dan konsep fashion halal terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap influencer, nilai-nilai halal, kepatuhan terhadap ajaran Islam, dan prinsip fashion yang sopan merupakan faktor kunci dalam membentuk motivasi religius konsumen.¹⁸ Meskipun terkait dengan penelitian tentang fashion Islam, penelitian ini menekankan konteks perilaku konsumsi dan motivasi pembelian produk halal dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan pendekatan yang berbeda dengan beralih dari perspektif ekonomi konsumsi ke perspektif komunikasi dan identitas agama di ruang digital, sambil berfokus pada bagaimana konten fashion Islam dari influencer Sashfir di Instagram berperan dalam membentuk identitas religius remaja putri Muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kelima, artikel yang ditulis oleh Henry dan Simanjuntak berjudul *“Hubungan antara Gambaran Tubuh, Kebahagiaan Diri, dan Aktivitas*

¹⁸ Komariyeh, S. dan A. Bari, *“Influencer Media Sosial Dan Halal Fashion Perspektif Kontruksi Motivasi Islam Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di El-Zatta Pamekasan,”* Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa 9, no. 2 (2024): 475.

Swafoto di Instagram pada Remaja Perempuan.” Penelitian membahas bahwa citra tubuh yang positif memiliki hubungan yang signifikan dengan kebahagiaan remaja putri, dan bahwa minat terhadap penampilan fisik terkait dengan frekuensi pengambilan swafoto di Instagram, meskipun pengambilan swafoto tidak secara langsung memengaruhi kebahagiaan. Penelitian ini menekankan aspek psikologis seputar penampilan fisik dan perilaku swafoto dalam konteks media sosial, tanpa mempertimbangkan unsur-unsur agama atau budaya tertentu.¹⁹ Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *self presentation* dan *body image* dalam psikologi, yang menjelaskan bagaimana individu menilai dirinya berdasarkan penampilan fisik dan penerimaan sosial di media digital. Metode yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan penyebaran kuesioner kepada remaja perempuan pengguna aktif Instagram. Hasilnya menunjukkan adanya hubungan positif antara gambaran tubuh dan keberhargaan diri dengan frekuensi aktivitas swafoto di media sosial. Berbeda dengan itu, studi ini fokus pada pengaruh tren mode Islam Sashfir terhadap identitas religius remaja Muslim di Dukuh Nologaten, Yogyakarta, di mana selain aspek psikologis, penelitian ini juga mengeksplorasi peran penting aspek agama dan budaya dalam membentuk identitas remaja Muslim. Selain itu, konteks penelitian ini berada di komunitas lokal yang kaya akan kebijaksanaan budaya dan nilai-nilai agama yang kuat, berbeda

¹⁹ Henryan, Nadira Elvira, dan Erni Julianti Simanjuntak. "Hubungan Antara Gambaran Tubuh, Keberhargaan Diri, dan Aktivitas Swafoto di Instagram pada Remaja Perempuan." *Jurnal Psikolog Ulayat*, vol. 10, no. 1, 2023, hlm. 5-22

dengan penelitian Henry dan Simanjuntak yang dilakukan di lingkungan perkotaan yang lebih umum dan berorientasi sekuler. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas analisisnya dengan menambahkan dimensi konteks agama dan budaya sebagai faktor kunci dalam membentuk identitas remaja putri Muslim di era digital, sambil juga menyoroiti bagaimana konten fashion Islam di media sosial secara spesifik mempengaruhi identitas.

Tabel 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Masalah	Teori	Metode Penelitian	Temuan
1.	Rohman, Septianingih, & Purwangara (2024), FIKR: Jurnal Pemikiran Studi Islam 1	"Pengaruh Trend Fashion Jilbab Terhadap Religiusitas Remaja Muslim Milenial".	Apakah tren fashion jilbab berpengaruh signifikan terhadap tingkat religiusitas remaja milenial.	Religiosity Theory	Kuantitatif (Korelasional)	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tren fashion jilbab dengan religiusitas; fashion menjadi pintu masuk perbaikan keberagaman remaja.
2.	Matnin, Siti Komariyeh. Abdul Bari, dan Lasan (2024), Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa 9	Influencer Media Sosial dan Halal Perspektif Konstruksi Motivasi Islam dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di El-Zatta, Pamekasan.	Bagaimana pengaruh influencer media sosial terhadap keputusan pembelian fashion halal.	<i>Uses and Gratifications</i> , Teori Persepsi Sosial	Kuantitatif	Influencer berperan signifikan dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap fashion halal dan meningkatkan minat beli.

3.	Gladys Y. S. & Muslimah (2025), Innovative: Journal Of Social Science Research 5	Pengaruh Konten Video TikTok Sashfir terhadap Referensi Gaya Berhijab	Apakah konten TikTok Sashfir memengaruhi referensi gaya berhijab pengikutnya.	<i>Uses and Gratifications Theory</i>	Kuantitatif (Regresi)	Isi pesan konten dan daya tarik Sashfir memiliki pengaruh signifikan terhadap referensi gaya berhijab audiens.
4.	Tiggeman & Anderberg (2020), New Media & Society 22	Social Media Is Not Real: The Effect of 'Instagram vs Reality' Images.	Bagaimana konten influencer memengaruhi perbandingan sosial dan citra tubuh perempuan.	<i>Social Comparison Theory</i>	Kuantitatif (Eksprimen)	Paparan konten ideal influencer meningkatkan perbandingan sosial negatif, namun konten yang jujur (reality) dapat melindungi citra tubuh perempuan.
5.	Henry & Simanjuntak (2023), Jurnal Psikologi Ulayat	Hubungan antara Gambaran Tubuh, Keberhagaan Diri, dan Aktivitas Swafoto di Instagram pada Remaja Perempuan	Menganalisis hubungan antara persepsi tubuh, harga diri, dan aktivitas swafoto di Instagram	<i>Self-Presentation Theory</i>	Kuantitatif (korelasional)	Aktivitas Swafoto berkorelasi positif dengan tingkat kepercayaan diri serta pembentukan citra diri digital pada remaja perempuan.

Berdasarkan hasil kajian pustaka pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian terdahulu fokus ada hubungan antara media sosial, tren fashion Islami, dan pembentukan identitas muslimah, baik dalam

konteks global maupun nasional. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menyoroti dampak konten fashion Islami secara umum, belum secara menelaah intensitas akses terhadap konten tertentu. Dalam hal ini konten yang ditampilkan oleh influencer Sashfir dan bagaimana hal tersebut memengaruhi identitas religius remaja muslimah dalam konteks lokal seperti Dukuh Nologaten, Yogyakarta.

Dari sisi teori, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan *Uses and Gratifications* untuk menjelaskan motivasi pengguna media dan *Social Theory* untuk memahami pembentukan identitas. Namun, penelitian ini berupaya memperluas perspektif tersebut dengan menambahkan teori *Use and Effects*, yang menjelaskan bahwa paparan media secara intensif dapat memengaruhi sikap, nilai, dan perilaku audiens secara gradual.²⁰ Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat mengapa remaja muslimah mengakses konten Sashfir, tetapi juga seberapa sering dan bagaimana intensitas akses tersebut membentuk persepsi religius mereka.

Penelitian ini juga mengisi celah empiris yang belum banyak dikaji, yaitu pada tingkat komunitas muslimah lokal yang hidup di lingkungan urban-religius seperti Dukuh Nologaten. Sebagian besar studi sebelumnya dilakukan dalam konteks nasional atau negara sekuler, sedangkan penelitian ini menyoroti dinamika antara tren fashion Islami digital dan proses internalisasi nilai-nilai religius di kalangan remaja muslimah Indonesia. Hal

²⁰ Mary Beth Oliver, Arthur A. Raney, dan Jennings Bryant, ed., *Media Effects: Advances in Theory and Research*, 4th ed. (New York: Routledge, 2020), 4–6.

ini penting karena pada konteks lokal, intensitas interaksi dengan konten Islami di media sosial sering kali menjadi sarana *self actualization* sekaligus *religious negotiation*.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu terletak pada fokus variabel, objek penelitian, dan konteks penelitian. Penelitian terdahulu umumnya mengkaji pengaruh tren fashion Islami terhadap religiusitas, referensi gaya berhijab, keputusan pembelian, citra tubuh, maupun aktivitas media sosial secara umum. Sementara itu, penelitian ini secara khusus meneliti pengaruh intensitas mengakses konten tren fashion Islami yang ditampilkan oleh influencer Sashfir terhadap identitas religius remaja muslimah. Selain itu, penelitian ini menggunakan identitas religius sebagai variabel dependen yang masih relatif jarang digunakan dalam kajian fashion Islami di media sosial.

Dari sisi konteks, penelitian ini dilakukan pada remaja muslimah di Dukuh Nologaten, Yogyakarta, sehingga gambaran empiris yang lebih spesifik mengenai bagaimana konten fashion Islami di media sosial berinteraksi dengan proses pembentukan identitas religius dalam lingkungan komunitas muslimah lokal. Dari sisi teoritis, penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan *Uses and Gratifications Theory* yang berfokus pada motif serta kepuasan individu dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Teori tersebut menekankan alasan mengapa seseorang memilih dan mengonsumsi suatu media. Sementara itu, penelitian ini menggunakan *Uses and Effects Theory* yang berfokus pada

dampak atau efek yang ditimbulkan dari penggunaan media. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkaji alasan remaja muslimah mengakses konten fashion Islami Sashfir, tetapi lebih jauh menelaah bagaimana intensitas akses terhadap konten tersebut dapat mempengaruhi pembentukan identitas religius mereka.

Dengan demikian, posisi penelitian ini berada pada irisan antara kajian komunikasi Islam, psikologi identitas, dan efek media digital. Penelitian ini memperkuat pemahaman tentang bagaimana frekuensi dan keterlibatan aktif remaja muslimah dengan konten tren fashion Islami Sashfir berkontribusi terhadap pembentukan identitas religius mereka, serta membuktikan bukti empiris baru mengenai interaksi antara motivasi konsumsi media dan efek jangka panjangnya terhadap religiusitas personal.

F. Sistematika Pembahasan

Demi mempermudah dalam penulisan penelitian maka peneliti membuat sistematika penulisan pada penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan dasar dan garis besar dari penelitian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan yang menggambarkan konteks fenomena fashion Islami di media sosial, khususnya Sashfir terhadap remaja muslimah di Dukuh Nologaten.

BAB II : KAJIAN TEORI & KERANGKA BERPIKIR

Bab ini menjelaskan landasan teori yang akan digunakan penelitian, terdiri dari kajian teori, kerangka berpikir, hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, terdiri dari jenis penelitian, populasi dan sampel, definisi konseptual, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas, reabilitas, dan analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan analisis data yang telah diperoleh dari responden yang terdiri dari deskripsi data, hasil analisis data, dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa intensitas mengakses konten tren fashion Islami Sashfir pada remaja muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi. Sementara itu, identitas religius remaja muslimah juga berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi. Temuan ini menunjukkan responden memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi dalam mengakses konten fashion Islami di media sosial serta memiliki identitas religius yang baik.

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensitas mengakses konten tren fashion Islami Sashfir terhadap identitas religius remaja muslimah di Dukuh Nologaten, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikasnsi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis penelitian diterima. Dengan demikian, semakin tinggi intensitas remaja muslimah dalam mengakses konten tren fashion Islami Sashfir, maka semakin tinggi pula identitas religius yang dimiliki.

B. Saran

Berdasarkan penelitian tersebut, disarankan agar remaja muslimah lebih selektif dan kritis dalam mengakses konten media sosial, khususnya konten tren fashion Islami, sehingga tidak hanya mengikuti aspek visual dan tren semata, tetapi juga mampu memaknai nilai-nilai keislaman yang terkandung di dalamnya. Bagi kreator dan influencer fashion Islami, diharapkan dapat menyajikan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mengandung pesan edukatif dan nilai keagamaan yang berimbang agar memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi audiens

Disarankan agar penelitian selanjutnya mengembangkan kajian mengenai pengaruh media sosial terhadap identitas religius dengan menambahkan variabel lain yang belum dikaji, seperti peran keluarga, lingkungan pendidikan, komunitas keagamaan, serta tingkat literasi media remaja, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor pembentuk identitas religius. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif atau mixed methods untuk menggali secara lebih mendalam dalam proses internalisasi nilai, pengalaman subjektif, serta cara remaja memaknai konten fashion Islami yang dikonsumsi di media sosial. Penelitian lanjutan juga disarankan untuk memperluas objek dan konteks penelitian, baik dengan membandingkan influencer Islami yang berbeda maupun melibatkan lokasi dan karakteristik responden yang lebih beragam, sehingga temuan penelitian dapat diuji konsistensinya dan memiliki daya generalisasi yang lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Hamid Al-Ghazali. *Ihya' Ulumuddin*. Jilid I. Beirut: dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2016.
- Afiyah, A. "Perkembangan Industri Halal Fesyen: Peluang dan Tantangan." *TSARWAH* 9, no. 1 (2024): 27-37.
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Attas, Syed Muhammad Naquib. *The Concept of Education in Islam: A Framework for an Islamic Philosophy of Education*. Kuala Lumpur: ISTAC, 1991.
- Apriani, Denisa, Salfa Inmitizal, dan Ramayani Yusuf. "Pengaruh Influencer Terhadap Brand Image pada Astiga Leather." *ANALYSIS Accounting Management, Economics, and Business* 2, no. 1 (2024): 86-95. <http://journals.eduped.org/index.php/>
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Blumler, Jay G. dan Elihu Katz, ed. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage, 1974.
- Campbell, Heidi A., dan Ruth Tsuria, ed. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. 2nd ed. New York: Routledge, 2022.
- Chabibi, Muhammad, dan Elok Roudlotul Hikmah. "Pengaruh Intenistas Penggunaan Filter pada Instagram terhadap Perilaku Narsisime Mahasiswa." *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan Ekonomi)* 8, no. 1 (2023): 65-84. <https://doi.org/10.51739/altsiqoh.v8i1.1396>
- Creswell, John W., dan J. David Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 6th ed. Los Angeles: Sage Publications, 2023.
- Daradjat, Zakiah. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang, 2012.
- Erikson, Erik H. *Identity: Youth and Crisis*. New York: Norton, 1968.
- Faras Y.S., Gladys, dan Tikka Muslimah. "Pengaruh Konten Video Tiktok Sashfir Terhadap Referensi Gaya Berhijab." *Innovative: Journal of Social Science Research* 5, no. 4 (2025): 1034-1042. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

- Fitriani, Neni, H. Fuad Nashroni, and Umar Qadimil. "Religiosity and Positive Religious Coping as Predictors of Indonesian Muslim Adolescents' Externalizing Behavior and Loneliness." *Journal of Religion and Health* 61, no. 3 (2022): 23-40. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/rel0000300>
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Ed. 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- Glock, Charles Y., and Rodney Stark. *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally, 1965.
- Halimatussa'diyah, Inayah. "Digital Islam dan Reinterpretasi Identitas Keislaman Gen Z." *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam* 20, no. 2 (2020): 223-245. <https://doi.org/10.21154/altahrir.v20i2.2155>
- Hamka. *Tafsir Al-Azhar*. Juz I. Jakarta: Pustaka Panjimas, 1982.
- Hardy, Sam A., dan Jennifer M. Nelson. "Processes of Religious and Spiritual Influence in Adolescence: Introduction to a Special Section." *Journal of Research on Adolescence* 29, no. 2 (2029): 244-253. <https://doi.org/10.1111/jora.12509>
- Henryan, Nadira Elvira, dan Erni Julianti Simanjuntak. "Hubungan Antara Gambaran Tubuh, Keberhagaan Diri, dan Aktivitas Swafoto di Instagram pada Remaja Perempuan." *Jurnal Psikolog Ulayat* 10, no. 1 (2023): 5-22. <https://doi.org/10.24854/jpu412>
- HypeAuditor, "Munira Agile Instagram Analytics," 2024, diakses 7 Desember 2025. <https://hypeauditor.com/>
- HypeAuditor, "Richa Etika Instagram Analytics," 2024, diakses 7 Desember 2025. <https://hypeauditor.com/>
- Indikator Politik Indonesia. "Anak Muda Indonesia Mempertimbangkan Agama dalam Membuat Keputusan." Databoks Katadata, 22 Maret 2021. Diakses 8 Desember 2025. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/250dd72c0f66878/anak-muda-indonesia-mempertimbangkan-agama-dalam-membuat-keputusan>
- Jamilah, Devi Pramitha, Asep Ubaidillah, and Md Mah,ud bin Sayeed, "Genz's Reliosity Level: A Comparative Study between Indonesia and the United Kingdom." *Jurnal Agama Islam* 21, no. 02 (2024): 307-318. <https://doi.org/10.14421/jpai.v21i2.8400>

- Jenkins-Guarnieri, Elizabeth A., Stephen M. Wright, dan Justin M. Johnson, "Development and Validation of a Social Media Use Integration Scale." *Psychology of Popular Media Culture* 2, no. 1 (2013): 38-50. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0030277>
- Langgulong, Hasan. *Manusia dan Pendidikan: Suatu Analisis Psikologis dan Pendidikan*. Jakarta: Pustaka Al-Husna, 2010.
- Livingstone, Sonia. *Young People and New Media*. London: SAGE Publications, 2002.
- McQuail, Denis. *Mass Communication Theory*. 6th ed. London: SAGE Publications, 2010.
- Matnin, Siti Komariyeh, Abdul Bari, dan Lasan. "Influencer Media Sosial dan Halal Fashion Perspektif Konstruksi Motivasi Islam dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di El-Zatta Pamekasan." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 9, no. 02 (2024): 1-15. <https://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/jespb>
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2015.
- Neuman, W. Lawrence. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. 7th ed. Boston: Pearson Education, 2014.
- Oliver, Mary Beth, Arthur A. Raney, dan Jennings Braynt, ed. *Media Effects: Advances in Theory Research*. 4th ed. New York: Routledge, 2020. <https://doi.org/10.4324/9780429491146>
- Page, Sarah-Jane, dan Heather Shipley. *Religion and Sexualities: Theories, Themes, and Methodologies*. London: Routledge, 2020. <https://doi.org/10.4324/9781315145945>
- Papacharissi, Zizi, dan Alan M. Rubin. "Predictors of Internet Use." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44, no. 2 (2000): 175-196. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2
- Pew Research Center. "Religious Importance and Religious Affiliation." Bab 5 dalam *Believing in Spirits and Life after Death Is Common Around the World*. Pew Research Center, 6 Mei 2025.
- Rahman, Fazlur. *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition*. Chicago: University of Chicago Press, 1982.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*. Bandung: Mizan, 2013.

- Rohman, Miftakhur, Elly Septianingsih, dan Sakti Purwanigara. "Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Religiusitas Remaja Muslim Milenial." *FIKR: Jurnal Pemikiran Studi Islam* 1, no. 1 (2024): 42-50. <https://doi.org/10.62448/fjpsi.v1i1.295>
- Rubin, Alan M. "Uses and Gratifications: An Evolving Perspectives." *Communication Yearbook* 17 (1994): 37-38.
- Santrock, John W. *Adolescence*. 17th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2018.
- Sasiana, Apriantika. "Religiosity versus Class Existence: Indonesian Muslim Middle Class Fashion Consumption on Instagram." *Simulacra* 6, no. 1 (2023): 1-20. <https://doi.org/10.21107/sml.v6i1.19034>
- Shodiq Abdullah, Warsiyah Warsiyah, and Ju'subaidi. "Developing a Religiosity Scale for Indonesian Muslim Youth." *REID: Research and Evaluation in Education* 9, no. 1 (2023): 75. <https://doi.org/10.21831/reid.v9i1.61201>
- Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 8th ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2020.
- Severin, Werne J., dan James W. Tankard. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Diterjemahkan oleh Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Sukmadinata, Nana Syaodih, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020.
- Social Blade, "Sashfir Instagram Statistics and Realtime Follower Count," 2025, dikases 7 Desember 2025. <https://socialblade.com/>
- Tajfel Henri, dan John C. Turner. "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior". Dalam *Psychology of Intergroup Relations*, 7-24. Diedit oleh S. Worchel dan W. G. Austin. Chicago: Nelson-Hall, 1986. <https://doi.org/10.4324/9780203505984-16>
- Tiggeman, Marika, dan Isabella Anderberg. "Social Media Is Not Real: The Effect og 'Instagram vs Reality' Images on Women's Social Comparison and Body Image." *New Media & Society* 22, no. 12 (2020): 2183-2199. <https://doi.org/10.1177/1461444819888720>

Yuliansyah, Hafidz. “Pengaruh Intensitas Konten Dakwah Di Tiktok terhadap Aktivitas Ibadah Mahdhah Siswa Kelas XI SMK Muhammadiyah 1 Semarang.” Skripsi, UIN Walisongo, 2023. <https://eprints.walisongo.ac.id/>

Widiyanti, Wahyu. “Pengaruh Intenistas Penggunaan Media Sosial terhadap Empati Remaja.” Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau, 2020. <https://repository.uir.ac.id/>

Windahl, Sven. *Using The Mass Media*. London: Sage Publications, 1981.

