

KONSTRUKSI MASKULINITAS RELIGIUS PADA KOMUNITAS BIKERS SUBUHAN JOGJA DI INSTAGRAM



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Mutia Alimatusifa

NIM 22102010093

Dosen Pembimbing Skripsi:

Prof. Alimatul Qibtiyah, S.Ag, M.Si, M.A, Ph.D

NIP. 19710919 199603 2 001

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

2026

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230
<http://dakwah.uin-suka.ac.id> | email: fdk@uin-suka.ac.id

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 : Mutia Alimatusifa
NIM : 22102010093
Judul Skripsi: Konstruksi Maskulinitas Religius pada Komunitas Bikers Subuhan Jogja di Instagram

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.

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Prof. Alimatul Qibtiyah, S.Ag, M.Si, M.A, Ph.D
NIP. 19710919 199603 2 001

Yogyakarta, 8 Mei 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Saptoni, M.A
NIP. 19730221 199903 1 002

• silakan beri tanda (✓) jika pernyataan telah sesuai

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-1039/Un.02/DD/PP.00.9/06/2026

Tugas Akhir dengan judul : KONSTRUKSI MASKULINITAS RELIGIUS PADA KOMUNITAS BIKERS
SUBIHAN JOGJA DI INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUTIA ALIMATUSIFA
Nomor Induk Mahasiswa : 22102010093
Telah diajukan pada : Senin, 08 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
Prof. Alimatal Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 6a389b41c1d97



Penguji I
Siptoni, S.Ag., M.A
SIGNED

Valid ID: 6a389b41c1d956



Penguji II
Nanaq Marwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a389b41c139f



Yogyakarta, 08 Juni 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftubin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6a389b41c100da

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mutia Alimatusifa
NIM : 22102010093
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: KONSTRUKSI MASKULINITAS RELIGIUS PADA KOMUNITAS BIKERS SUBUHAN JOGJA DI INSTAGRAM adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 8 Mei 2026

Yang menyatakan,



Mutia Alimatusifa

NIM.22102010093

HALAMAN MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya,” (QS. An-Najm: 39)

وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

“Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyenangi sesuatu padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.” (QS. Al-Baqarah: 216)

“Selesai tepat waktu itu baik, namun selesai dengan proses yang jujur dan bermakna jauh lebih mendewasakan. Teruslah tumbuh dan berjuang untuk mimpi-mimpi besar itu, karena Allah tidak pernah keliru dalam menetapkan waktu.”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan setulus hati bagi kedua orang tua yang doa dan restunya selalu menjadi kekuatan terbesar dalam setiap langkah saya. Di saat yang sama, karya ini adalah bentuk apresiasi untuk diri saya sendiri yang telah berjuang tangguh melampaui segala keterbatasan dan rasa lelah. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun materil, hingga perjalanan akademik ini dapat terselesaikan dengan indah dan penuh makna.



ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena kriminalitas jalanan (*klitih*) di Yogyakarta yang memperkuat stigma negatif terhadap komunitas motor sebagai representasi maskulinitas agresif. Di tengah situasi tersebut, muncul gerakan Bikers Subuhan Jogja (BSJ) yang melakukan redefinisi identitas melalui aktivitas dakwah motoran dengan tujuan utama memakmurkan masjid. Permasalahan penelitian ini difokuskan pada konstruksi identitas maskulinitas religius komunitas BSJ melalui aktivitas digital dan sosial serta kesesuaiannya dengan praktik kehidupan sehari-hari para anggota. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital pada akun Instagram, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Teori utama digunakan adalah konstruksi realitas sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, maskulinitas hegemonik Raewyn Connell, serta maskulinitas hibrida dari Bridges dan Pascoe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bikers Subuhan Jogja mengonstruksi maskulinitas hibrida dengan memadukan atribut otomotif dan nilai kesalehan spiritual sebagai upaya negosiasi terhadap maskulinitas hegemonik yang agresif. Hibriditas ini dibentuk melalui redefinisi atribut otomotif dan solidaritas jalanan menjadi simbol kesalehan, yang terinternalisasi secara konsisten dalam tiga tahapan konstruksi sosial. Konstruksi identitas tersebut terbukti selaras dengan praktik sosial nyata yang tercermin melalui pemaknaan internal laki-laki saleh serta keberhasilan negosiasi peran di ruang domestik maupun publik. Proses ini secara efektif mengubah citra pengendara motor di Yogyakarta dari ancaman keamanan menjadi agen perubahan sosial yang religius melalui konsistensi aktivitas memakmurkan masjid.

Kata Kunci: Bikers Subuhan Jogja; Konstruksi Realitas Sosial; Maskulinitas Hegemonik; Maskulinitas Hibrida.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of street criminality (*klitih*) in Yogyakarta, which reinforces negative stigmas against motorcycle communities as representations of aggressive masculinity. Amidst this situation, the Bikers Subuhan Jogja (BSJ) movement emerged, redefining its identity through motorcycle-based dawah activities with the primary goal of revitalizing mosques. The focus of this research is on the construction of religious masculinity identity within the BSJ community through digital and social activities, as well as its consistency with the members' daily life practices. This study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques were conducted through digital observation on the Instagram account, in-depth interviews, and documentation. Data validity was tested using source and technique triangulation. Data analysis followed the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, which includes data condensation, data display, and conclusion drawing. The primary theories utilized are Peter L. Berger and Thomas Luckmann's social construction of reality, Raewyn Connell's hegemonic masculinity, and Bridges and Pascoe's hybrid masculinity. The results indicate that Bikers Subuhan Jogja constructs hybrid masculinity by blending automotive attributes with values of spiritual piety as an effort to negotiate against aggressive hegemonic masculinity. This hybridity is formed through the redefinition of automotive attributes and street solidarity into symbols of piety, which are consistently internalized across three stages of social construction. Furthermore, this identity construction proves to be aligned with the members' actual social practices, as reflected through the internal meaning of pious men and the successful negotiation of roles in both domestic and public spheres. This process effectively transforms the image of motorcyclists in Yogyakarta from a security threat into religious agents of social change through their consistent activities in revitalizing mosques.

Keywords: Bikers Subuhan Jogja; Hegemonic Masculinity, Hybrid Masculinities; Sosial Construction of Reality.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT. Karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Konstruksi Maskulinitas Religius pada Komunitas Bikers Subuhan Jogja di Instagram”. Sholawat serta salam juga selalu tucurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW. semoga syafaatnya yang kita tunggu-tunggu kelak akan sampai kepada kita di *yaumul akhir*. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Namun, penulis tetap berharap karya sederhana ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Komunikasi Penyiaran Islam, terutama terkait kajian komunikasi dakwah di media baru. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan dan do’a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Saptoni, M.A., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Prof. Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., M.A., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan, motivasi dan pengalaman kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh pengurus dan anggota komunitas Bikers Subuhan Jogja, serta para informan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas waktu, kerja sama, dan

keterbukaan informasi yang telah diberikan. Bantuan kalian sangat berharga bagi kelancaran penelitian ini.

7. Kedua orang tua tercinta Bapak Achmad Abidin dan Ibu Karyuni yang senantiasa memberikan do'a, motivasi, kasih sayang, serta dukungan moral maupun material.
8. Kedua adik penulis Gita Dwi Nirmala dan Rumaysha Adzkie Mecca terima kasih telah menjadi penyemangat, penghibur di kala lelah, serta selalu do'a dan keceriaan bagi penulis selama proses penyusunan skripsi.
9. Segenap keluarga besar penulis, terima kasih atas segala doa, nasihat dan dukungan semangat yang telah diberikan selama ini, hingga penulis tetap optimis dalam menyelesaikan studi.
10. Sahabat-sahabat terbaik penulis, Putri Faroh Dina dan Qoyyum Sarifa selaku teman indekos yang selalu menemani keseharian penulis, Annisa' Nur Hasanah rekan seperjuangan sejak dihunian sebelumnya, yang selalu sebidang dalam organisasi maupun di jurusan Komunikasi penyiaran Islam, serta Nisa Ahsanu Nadia, rekan setia dalam berorganisasi, magang, hingga bangku perkuliahan. Terima kasih telah menjadi sistem pendukung terbaik, pendengar yang baik, dan pemberi semangat yang tiada henti bagi penulis.
11. Sahabat terbaik penulis, Novi Fitriani, yang senantiasa hadir memberikan ketulusan persahabatan, motivasi dan dukungan moral yang luar biasa sejak masa SMP hingga detik ini. Terima kasih telah menjadi sosok setia yang selalu ada dan tidak pernah absen dalam menemani setiap fase perjalanan hidup penulis.

12. Seluruh teman-teman mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022, terima kasih atas kebersamaan, diskusi, dan dukungan selama masa perkuliahan. Semoga kesuksesan senantiasa menyertai kita semua.
13. Teman-teman pimpinan dan seluruh kader Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (PK IMM) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terima kasih atas ruang diskusi, pengalaman berorganisasi, serta persaudaraan yang telah memberikan banyak pelajaran berharga bagi penulis selama masa studi.
14. Teman-teman KKN 141 Ngloro 2025, terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan kenangan luar biasa selama satu bulan di lokasi pengabdian.
15. Terakhir adalah kepada sosok diri penulis, yang telah mengalami banyak kondisi dan situasi dalam proses penyusunan skripsi ini, terima kasih telah merampungkan apa yang sudah dimulai. Terima kasih karena tidak menyerah dan memilih cita-cita demi pembuktian bahwa diri ini mampu bertahan, bertumbuh, dan menuntaskan perjuangan hingga garis akhir.

Skripsi ini juga penulis dedikasikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan pengalaman dan kesan dalam penyelesaian perkuliahan dan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik dalam ilmu Komunikasi Penyiaran Islam maupun kemaslahatan masyarakat secara umum.

Yogyakarta, 8 Mei 2026



Mutia Alimatusifa

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Pustaka	6
F. Kajian Teori	8
1. Konstruksi Realitas Sosial.....	8
2. Maskulinitas	13
3. Hybrid Masculinity	15
G. Metodologi Penelitian	17
1. Jenis Penelitian.....	17
2. Fokus Penelitian	17
3. Teknik Pengumpulan Data.....	19
4. Teknik Validasi Data.....	21
5. Teknik Analisis Data.....	22
H. Sistematika Pembahasan	22
BAB II.....	25

GAMBARAN UMUM KOMUNITAS BIKERS SUBUHAN JOGJA	25
A. Sejarah dan Profil Bikers Subuhan Jogja.....	25
B. Visi, Misi, dan Struktur Organisasi.....	27
C. Aktivitas Rutin dan Sosial	29
D. Profil Akun Instagram @bikerssubuhanjogja.....	31
BAB III.....	34
KONSTRUKSI MASKULINITAS RELIGIUS PADA KOMUNITAS BIKERS SUBUHAN JOGJA	34
A. Konstruksi Identitas Maskulinitas Religius pada akun Instagram @bikerssubuhanjogja .	34
1. Proses Eksternalisasi Nilai-Nilai Keagamaan dalam Kounitas Bikers Subuhan Jogja..	34
2. Objektivasi: Hibriditas Narasi dan Simbolisme Visual.....	38
B. Kesesuaian Konstruksi Identitas Digital dengan Praktik Kehidupan Sosial	64
1. Internalisasi: Penyerapan Identitas dan Validasi Diri	65
2. Praktik Sosial Dinamika Maskulinitas dalam Ruang Domestik dan Publik	80
BAB IV.....	88
PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Profil Instagram Bikers Subuhan Jogja.....	31
Gambar 3. 1 Unggahan Praktik Beribadah Menggunakan Atribut Berkendara	40
Gambar 3. 2 Unggahan Dokumentasi Aksi Stut Motor Komunitas	42
Gambar 3. 3 Unggahan Hikmah Tausiyah Subuh.....	45
Gambar 3. 4 Unggahan Dokumentasi Tata Letak Motor	55
Gambar 3. 5 Unggahan Dokumentasi Kelengkapan Atribut Lalu Lintas Anggota	60
Gambar 3. 6 Dokumentasi Penggunaan Tone Putih Pada Unggahan Tausiyah	62
Gambar 3. 7 Dokumentasi Penggunaan Tone Gelap Pada Unggahan Poster	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Digitalisasi dakwah telah mengubah paradigma komunikasi keagamaan, dari metode konvensional berbasis teks dan orasi tatap muka menuju narasi visual yang mengintegrasikan pesan agama ke dalam estetika gaya hidup. Fenomena Islamisasi budaya populer ini melahirkan ekspresi dakwah baru melalui komunitas non-formal, salah satunya adalah Bikers Subuhan Jogja. Bikers Subuhan Jogja merupakan kelompok dakwah berbasis otomotif yang berfokus pada meramaikan masjid untuk salat subuh berjamaah, komunitas ini berdiri pada tahun 2017 yang masih aktif hingga saat ini. Komunitas ini hadir sebagai bagian dari gerakan nasional, mereka melakukan renegosiasi identitas terhadap citra maskulinitas *bikers* yang selama ini lekat dengan stigma negatif seperti perilaku urakan, anarkis, hingga asosiasi terhadap fenomena kriminalitas jalanan lokal seperti ‘klitih’ di Yogyakarta.¹

Pemilihan instagram sebagai *platform* media sosial utama dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristiknya sebagai medium berbasis visual yang efektif untuk membentuk citra (*branding*) maskulinitas melalui foto dan *reels*. Melalui *platform* ini, Bikers Subuhan Jogja membangun kontra-narasi yang mentransformasi simbol maskulinitas ‘liar’ menjadi gerakan spiritualitas urban. Observasi awal pada akun @bikerssubuhanjogja menunjukkan didominasi konten yang memadukan atribut otomotif dan aksi konvoi jalanan dengan aktivitas ibadah secara simbolis. Secara kontekstual, pemilihan lokasi di Yogyakarta

¹ Datu Jatmiko, "Kenakalan Remaja Klitih yang Mengarah pada Konflik Sosial dan Kekerasan di Yogyakarta," *Humanika* 21, no. 2 (2021): 135, [10.21831/hum.v21i2.37480](https://doi.org/10.21831/hum.v21i2.37480).

menjadi krusial, komunitas ini hadir sebagai antitesis terhadap krisis keamanan publik yakni fenomena klitih, menggunakan pendekatan salat subuh berjamaah untuk memvalidasi identitas maskulinitas religius mereka di mata masyarakat modern.

Namun, ekspresi religiusitas komunitas ini tidak muncul dalam ruang hampa. *Platform* instagram berperan sebagai ruang mediasi, di mana simbol-simbol maskulinitas dikelola dan ditampilkan secara sengaja. Fenomena ini memperlihatkan adanya kontestasi identitas yang menarik di ruang publik. Di satu sisi, kultur dunia otomotif atau komunitas sepeda motor secara tradisional kerap dilekatkan dengan karakteristik maskulinitas hegemonik yang bercitra keras, agresif, dan berorientasi pada aktivitas duniawi (profan). Namun di sisi lain, kehadiran Bikers Subuhan Jogja mendobrak stereotip tersebut dengan mengintegrasikan kultur otomotif dengan aktivitas spiritualitas -keagamaan yang sarat akan nilai-nilai kesalehan (sakral). Perjumpaan dua kutub nilai yang sekilas bertolak belakang ini merupakan sebuah kontestasi makna mengenai bagaimana identitas maskulinitas itu dikonstruksi kembali. Melalui gerakan ini, identitas kelaki-lakian tidak lagi dipertentangkan dengan ruang ibadah, melainkan dinegosiasikan sehingga melahirkan konsep maskulinitas baru yang religius.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya upaya perpaduan antara budaya subkultur motor yang maskulin dengan nilai-nilai spiritualitas, yang menuntut analisis mendalam mengenai bagaimana simbol-simbol tersebut dikelola untuk membentuk citra maskulinitas religius yang baru. Meskipun fokus utama penelitian ini terletak pada konstruksi maskulinitas, pemahaman mengenai identitas menjadi jembatan sosiologis yang tidak terpisahkan. Konstruksi maskulinitas religius ini bukan sekadar aktivitas hobi, melainkan sebagai upaya sadar dalam membentuk citra diri baru yang menegosiasikan maskulinitas tradisional dengan nilai-nilai Islam di ruang digital.

Analisis terhadap proses konstruksi identitas ini menjadi sangat fundamental dalam penelitian ini, karena identitas tidak dipandang sebagai sesuatu yang statis, melainkan sebuah hasil dari negosiasi sosial yang diproduksi secara berkelanjutan. Pentingnya membedah konstruksi identitas ini terletak pada upaya komunitas dalam menegosiasikan dua entitas yang sering dianggap kontradiktif, perpaduan antara budaya motor dan nilai spiritualitas. Dengan demikian, memahami bagaimana identitas ini dibangun menjadi kunci untuk mengungkap bagaimana Bikers Subuhan Jogja memperoleh legitimasi sosial sekaligus melakukan *rebranding* terhadap stigma negatif yang selama ini melekat pada subkultur mereka.

Dengan demikian, urgensi penelitian ini dapat dilihat dari dua aspek. Secara teoretis, kajian ini penting untuk membedah pergeseran konsep maskulinitas dalam masyarakat muslim urban, di mana atribut kelaki-lakian yang ‘keras’ tidak dipertentangkan dengan keshalehan, melainkan diintegrasikan sebagai instrumen dakwah baru. Secara praktis, penelitian ini mendesak untuk dilakukan guna memahami bagaimana komunitas hobi dapat berperan dalam mereduksi stigma negatif kriminalitas jalanan di Yogyakarta, melalui *rebranding* identitas di Instagram. Membedah konstruksi maskulinitas religius ini akan memberikan perspektif baru mengenai strategi dakwah transformatif yang adaptif terhadap budaya populer. Sejauh ini, literatur mengenai komunitas motor cenderung berfokus pada aspek sosiologi hobi dan solidaritas kelompok, sementara kajian mengenai Bikers umumnya hanya menyoroti efektivitas dakwah atau profil aktor di dalamnya. Terdapat kekosongan kajian yang secara spesifik membedah bagaimana elemen maskulinitas itu sendiri dikonstruksi ulang dalam bentuk religiusitas. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menempatkan maskulinitas bukan sekadar sebagai latar belakang hobi, melainkan sebagai objek utama yang berkaitan erat dengan pesan-pesan dakwah visual di media sosial.

Ketidakhadiran fokus maskulinitas ini semakin terlihat dalam tren kajian dakwah digital saat ini. Meskipun diskursus mengenai dakwah di Instagram mulai berkembang, fokusnya masih terbatas pada objek perempuan atau institusi formal. Contohnya, studi Alamsyah, dkk yang mengkaji tentang konstruksi identitas Muslimah Preneur di Instagram yang berfokus pada praktik komodifikasi agama dengan tujuan pemasaran.² Kajian tersebut secara implisit tidak menempatkan laki-laki sebagai subjek di komunitas non-formal dalam menegosiasikan identitas maskulin mereka dengan nilai religiusitas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celat tersebut dengan menyoroti ekspresi visual komunitas akar rumput yang relevan dengan dinamika masyarakat urban kontemporer.

Atas dasar tersebut, negosiasi identitas maskulinitas dalam gerakan Bikers Subuhan Jogja ini tidak hanya beroperasi di ruang publik digital (Instagram) atau jalanan raya, melainkan diuji secara nyata dalam ruang privat, yaitu lembaga domestik rumah tangga. Konstruksi maskulinitas dalam Islam meletakkan tanggung jawab kepemimpinan, perlindungan, dan pengasuhan keluarga di pundak seorang suami atau ayah. Oleh karena itu, untuk melihat keselarasan sejati antara citra saleh yang ditampilkan di Instagram dengan realitas kehidupan sosial, analisis penelitian ini perlu menyoar pada bagaimana para *bikers* yang telah menikah mengimplementasikan nilai-nilai tersebut. Hal ini penting untuk membedah bagaimana hasrat hobi otomotif dikelola agar berjalan beriringan dengan tanggung jawab domestik, seperti dekonstruksi peran gender melalui keterlibatan kerja domestik serta peran aktif pengasuhan (*fathering*) guna mencegah fenomena *fatherless* di era *modern*.

² Femi Fauziah Alamsyah dkk., "Konstruksi Identitas Virtual Muslimah Preneur: Mediatisasi dan Komodifikasi Agama dalam Akun Instagram @auliyafadlilah," *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2024): 109-127, <https://doi.org/10.37092/khabar.v6i2.914>.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konstruksi identitas maskulinitas religius yang ditampilkan pada akun Instagram komunitas Bikers Subuhan Jogja.
2. Bagaimana kesesuaian konstruksi identitas di Instagram dengan praktik kehidupan sosial anggota Komunitas Bikers Subuhan Jogja.

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis konstruksi identitas maskulinitas religius melalui representasi elemen visual dan naratif pada akun Instagram komunitas Bikers Subuhan Jogja.
2. Menganalisis kesesuaian antara realitas media sosial dengan realitas sosial anggota komunitas.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat:

1. Manfaat Teoretis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Komunikasi Islam Kontemporer, khususnya dalam bidang *Islamic Digital Studies*. Penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang konstruksi identitas gender (maskulinitas religius) dalam dakwah visual yang dilakukan oleh komunitas urban melalui platform Instagram.
- b. Memperkaya literatur mengenai diskursus maskulinitas hibrida dalam konteks masyarakat Muslim di Indonesia , serta menjelaskan bagaimana media sosial berperan sebagai ruang negosiasi antara hobi, spiritualitas, dan identitas gender.

2. Manfaat Praktis

- a. Menjadi referensi praktis dalam mengembangkan strategi konten Islami yang resonan dengan generasi muda urban, khususnya dalam membangun *branding* identitas keagamaan yang modern dan relevan tanpa kehilangan nilai-nilai keislaman.

- b. Memberikan kontribusi bagi komunitas keagamaan dalam membangun identitas kontemporer yang relevan dengan kultur digital. Hal ini mencakup upaya memadukan aktivitas hobi dengan nilai-nilai religius guna menciptakan citra maskulinitas yang positif, bertanggung jawab dan konstruktif di ruang publik.

E. Kajian Pustaka

Fenomena komunitas *bikers* yang aktif dalam kegiatan dakwah di media sosial merupakan gejala kontemporer yang menarik untuk dikaji karena menampilkan negosiasi kultural yang unik. Di satu sisi, budaya *bikers* yang kerap diasosiasikan dalam stereotip gender, khususnya maskulin dengan citra yang bercitra keras dan bebas, sementara di sisi lain, dakwah identik dengan spiritualitas, kenabian, dan moralitas keagamaan. Pertemuan dua hal yang kontradikif ini melahirkan konsep identitas keagamaan baru yang hibrida. Komunitas Bikers Subuhan Jogja (BSJ), misalnya, tidak melihat adanya pertentangan antara konvoi motor dengan ibadah salat subuh berjamaah. Di samping itu, identitas sebagai biker menjadi modal yang kuat untuk membuat dakwah mereka lebih menonjol dan terasa *relate*, otentik, dan unik di ruang publik.

Guna memetakan posisi teoretis dan metodologis penelitian ini, literatur terdahulu yang relevan dikelompokkan ke dalam tiga kluster tema utama. Kluster pertama berfokus pada penerapan teori konstruksi realitas sosial dalam gerakan keagamaan, seperti yang dilakukan oleh Oktaviani (2022) yang meneliti konstruksi dakwah berbasis teknologi informasi, serta Rahayu dan Hero (2022) yang mengkaji konstruksi identitas sosial gerakan hijrah perempuan melalui Instagram. Kedua penelitian kualitatif tersebut menunjukkan bahwa pembentukan identitas kelompok dan pesan dakwah terjadi melalui dialektika eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang terstruktur demi membangun kesadaran kolektif.

Kluster kedua berfokus pada representasi dan penantangan stereotip gender di media sosial. Dalam konteks ini, Kamisya dan Setiawan (2024) melalui pendekatan etnografi virtual menemukan bahwa meskipun remaja merepresentasikan gender sesuai norma sosial di Twitter, terdapat upaya negosiasi yang kuat terhadap stereotip gender dominan. Sementara itu, kluster ketiga menitikberatkan pada konseptualisasi sosiologi gender itu sendiri, sebagaimana dirumuskan oleh Peachter (2006) dalam kajian teoretisnya mengenai *masculine femininities/feminine masculinities*. Peachter mempertegas pemikiran Raewyn Connell mengenai maskulinitas hegemonik sebagai tipe ideal yang dominan dan berkaitan erat dengan struktur kekuasaan. Melalui pandangan tersebut, maskulinitas dipahami secara performatif sebagai bentuk tindakan nyata yang dilakukan oleh laki-laki.

Melalui penelusuran terhadap tiga kluster literatur tersebut, ditemukan celah penelitian (*research gap*) yang menjadi signifikansi dari kajian ini. Sejauh ini, studi mengenai konstruksi identitas religius di media sosial cenderung didominasi oleh pembahasan mengenai identitas feminin dan gerakan hijrah perempuan (Alamsyah dkk, 2024). Meskipun kajian-kajian tersebut berhasil menjelaskan mekanisme identitas kolektif secara digital, dinamika mengenai bagaimana konstruksi identitas maskulin dinegosiasikan dalam ruang dakwah masih jarang tersentuh secara eksplisit melalui persinggungan antara sosiologi gender dan studi Islam kontemporer.

Penelitian ini berupaya menjembatani kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana otoritas maskulin didefinisikan kembali sebagai maskulinitas positif dalam bingkai konstruksi identitas religius. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya, penelitian kualitatif deskriptif ini menawarkan model analisis yang seimbang, dengan membedah representasi visual dan naratif wacana publik komunitas BSJ di Instagram pada tahap eksternalisasi dan

objektivasi, sekaligus memverifikasi sejauh mana wacana digital tersebut telah terinternalisasi ke dalam kesadaran subjektif dan realitas hidup pada anggota di ranah sosial dan domestik melalui wawancara mendalam.

F. Kajian Teori

1. Konstruksi Realitas Sosial

Perspektif mengenai identitas sebagai konstruksi yang dinamis dan non-esensial menjadi pijakan utama dalam analisis ini. Mengacu pada pemikiran Stuart Hall yang didiskusikan oleh Nasrullah, identitas dipandang sebagai entitas yang tidak pernah benar-benar tuntas dalam proses pembentukannya secara final.³ Karena identitas akan selalu berproses dan mengalami pembentukan dalam diri manusia.⁴ Dalam konsteks gender, identitas dinilai sebagai sesuatu yang dikonstruksi secara sosial dan bersifat performatif.⁵ Dalam ranah digital, identitas seseorang tidak terbentuk secara alami, melainkan secara sengaja dibentuk melalui pengaruh media dan diarahkan untuk memiliki nilai jual atau citra tertentu.⁶ Media sosial merupakan ruang baru yang dapat mewujudkan identitas baru, melalui tanda, objek dan penafsiran yang tersirat dalam unggahan.⁷

Istilah konstruksi sosial dipahami sebagai sesuatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya.⁸ Berger dan

³ Rulli Nasrullah, "Konstruksi Identitas Muslim Di Media Baru," *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5, no. 2 (1970): 225, <https://doi.org/10.24090/komunika.v5i2.172>.

⁴ Titik Endang Rahayu dan Eko Hero, "Konstruksi Identitas Sosial 'Muslimah Motivations Riau' Dalam Gerakan Hijrah Melalui Instagram," *Medium* 9, no. 2 (2021): 188, [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).7844](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).7844).

⁵ Carrie Paechter, "Masculine Femininities/Feminine Masculinities: Power, Identities and Gender," *Gender and Education* 18, no. 3 (2006): 254, <https://doi.org/10.1080/09540250600667785>.

⁶ Alamsyah dkk, "Konstruksi Identitas Virtual Muslimah Preneur", hlm 124.

⁷ Zelfia, "Konstruksi Identitas Virtual Dan Praktik Komunikasi Orang Kajang Di Media Sosial," *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 3, no. 3 (2023): 233, <https://doi.org/10.33096/respon.v3i3.134>.

⁸ Selly Oktaviani, "Konstruksi Dakwah Berbasis Media Teknologi dan Informasi," *Sahafa Journal of Islamic Communication* 4, no. 2 (2022): 240, [10.21111/sjic.v4i2.7753](https://doi.org/10.21111/sjic.v4i2.7753).

Luckmann memaknai konstruksi realitas sosial dengan mendefinisikan kenyataan dan pengetahuan. Menurutnya terdapat dua realitas yang berhubungan dengan pengetahuan, yaitu realitas subjektif dan realitas objektif. Realitas subjektif adalah konstruksi definisi yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi, atau disebut sebagai pengetahuan individu. Realitas ini merupakan basis individu untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi, yakni interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial. Sedangkan realitas objektif dibangun atas realitas dan rutinitas tindakan serta tingkah laku yang telah terpola, yang dirasakan secara umum sebagai fakta. Meskipun objektivitas bisa terjadi melalui penegasan berulang oleh orang lain yang memiliki subjektif yang sama. Berger dan Luckmann mengatakan terbentuk proses dialektika yang terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu.⁹

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam buku *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, sebagai kerangka analisis. Teori ini sangat relevan untuk penelitian ini karena ia menjelaskan bahwa realitas sosial adalah hasil dari proses dialektis yang diciptakan, dipelihara, dan ditransformasikan oleh manusia melalui interaksi mereka.¹⁰

Studi ini menerapkan teori konstruksi realitas sosial secara menyeluruh dengan memfokuskan analisis pada tiga tahap simultan, yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Pendekatan ini dipilih untuk membedakan bagaimana identitas maskulin

⁹ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*, terj. Hasan Basari (Jakarta: LP3ES, 2018), 75.

¹⁰ Berger dan Luckmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, 13-15.

komunitas *bikers* diproduksi, dilembagakan, hingga diserap kembali oleh anggotanya. Tahap eksternalisasi menelaah bagaimana maskulinitas diekspresikan dan identitas tersebut diekspresikan melalui konten Instagram, tahap objektivasi menganalisis bagaimana ekspresi tersebut menjadi realitas kolektif di ruang digital, sementara tahap internalisasi dilakukan melalui wawancara mendalam untuk mengkaji bagaimana individu menyerap dan memaknai identitas tersebut sebagai bagian dari realitas subjektif mereka.

Media sosial merupakan ruang online yang menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif untuk mendukung interaksi sosial.¹¹ Shirky menjelaskan media sosial dan perangkat lunak adalah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna dalam berbagi (*share*), bekerjasama (*collaboration*), serta melakukan tindakan secara kolektif diluar institusional maupun organisasi. Media sosial adalah ruang untuk menjadi manusia biasa dengan berbagai cara, seperti menciptakan karya, berbagi ide kreatif, bekerjasama, berkolaborasi, berfikir, berdebat, membangun komunitas dan masih banyak lagi. Salah satunya ialah Instagram, platform ini seperti kebanyakan media sosial lainnya.

Selain berfungsi sebagai sarana penyampaian dakwah, Instagram dimanfaatkan menjadi ruang aktualisasi dan representasi diri oleh penggunanya. Misalnya, pada akun dakwah Pemuda Hijrah yang menyajikan konten-konten menarik, dapat memicu motivasi hijrah dan perubahan perilaku positif pada diri responden.¹² Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah di instagram memiliki peran dalam membentuk karakter dan perilaku baik

¹¹ Oktaviani, "Konstruksi Dakwah Berbasis Media Teknologi dan Informasi," 239.

¹² Ayu Nurrohmah dan Ahmad Nurcholis, "Instagram Sebagai Media Dakwah: (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @pemudahijrah)," *Jurnal Komunikasi* 12, no. 1 (2018): 86, <https://doi.org/10.37567/syiar.v4i1.741>.

sebagai bagian dari pengembangan diri. Tentunya dengan mengadaptasi gaya komunikasi, menggunakan visual yang menarik, dan strategi *story telling*, *content creator* dakwah dapat menyajikan pesan yang menarik dan relevan bagi audiensnya.¹³

Menurut Goffman, setiap individu pasti melakukan konstruksi atas dirinya dengan cara menampilkan diri (*self performance*). Identitas dalam perspektif ini tidak dipandang sebagai ekspresi dalam diri, melainkan sebagai sebuah konstruksi yang dipengaruhi oleh keinginan audiens dan tuntutan lingkungan sosial. Meskipun dalam internet pada dasarnya interaksi terjadi dengan menggunakan medium teks, sehingga mempengaruhi bagaimana seseorang atau komunitas mengkomunikasikan identitasnya di kehidupan dunia maya, setiap teks mewakili setiap ikon diri dalam *self performance*.¹⁴

a. Eksternalisasi

Tahap eksternalisasi dalam konteks ini merupakan proses di mana anggota komunitas Bikers Subuhan Jogja mengartikulasi subjektivitas diri mereka ke dalam ruang publik digital. Penggunaan Instagram bukan sekadar medium transmisi, melainkan ruang objektivasi diri di mana identitas maskulinitas religius dibentuk.¹⁵ Melalui narasi visual dan simbolik, seperti atribut motor dan aktivitas salat subuh, subjek melakukan eksternalisasi nilai-nilai mereka menjadi produk sosiokultural yang dapat diakses oleh pihak luar.¹⁶

¹³ Nurul Hidayatul Ummah, "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (2023): 156, <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

¹⁴ Rulli Nasrullah, "Konstruksi Identitas Muslim Di Media Baru," hlm 226.

¹⁵ Berger dan Luckmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, 75-81.

¹⁶ Titik Endang Rahayu dan Eko Hero, "Konstruksi Identitas Sosial 'Muslimah Motivations Riau'", hlm 192.

b. Objektivasi

Memasuki tahap objektivasi, identitas yang telah dieksternalisasi melalui Instagram mulai mengalami proses institusionalisasi. Pada tahap ini, citra Bikers Subuhan tidak lagi dipandang sebagai sekadar hobi individu, melainkan menjadi sebuah realitas objektif yang memiliki otoritas kebenaran di publik. Interaksi digital, seperti *likes* dan *share* berfungsi sebagai mekanisme legitimasi yang memperkuat status identitas tersebut sebagai standar moralitas baru di ruang publik.¹⁷ Dengan demikian, konstruksi 'laki-laki sejati yang religius' menjadi sebuah struktur sosial digital yang bersifat mapan dan memaksa bagi audiensnya.¹⁸

c. Internalisasi

Terakhir tahap internalisasi, yakni proses di mana individu menarik kembali realitas objektif dari dunia sosial ke dalam struktur kesadaran subjektifnya.¹⁹ Dalam konteks ini identitas Bikers Subuhan yang telah mapan di media sosial diserap kembali oleh individu melalui proses sosialisasi sekunder. Individu tidak lagi hanya melihat konten tersebut sebagai tontonan, melainkan menjadikannya sebagai standar nilai identitas bagi dirinya sendiri. Keberhasilan internalisasi ini ditandai dengan munculnya pemahaman subjektif di mana individu merasa bahwa menjadi bagian dari komunitas atau mengikuti gaya hidup tersebut adalah sebuah keniscayaan moral untuk mencapai predikat kesalehan maskulin.

¹⁷ Berger dan Luckmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, 106-115.

¹⁸ Dony Arung Triantoro, "Ekspresi Identitas Anak Muda Muslim dan Dakwah di Indonesia Pasca Orde Baru," *Idarotuna* 3, no. 1 (2020): 84, [10.24014/idarotuna.v3i1.11357](https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1.11357).

¹⁹ Berger dan Luckmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, 143.

2. Maskulinitas

a. Definisi Maskulinitas

Connell menegaskan bahwa maskulinitas tidak dapat dipahami sebagai sekumpulan sifat biologis yang tetap, melainkan sebagai sebuah konfigurasi norma yang diwujudkan melalui praktik-praktik sosial yang sangat bergantung pada konteks sejarah dan budaya spesifik.²⁰ Dalam pandangan ini, maskulinitas tidak merujuk pada diri laki-laki sejak lahir, melainkan pada bagaimana individu secara aktif menegosiasikan posisi mereka dalam dalam relasi kekuasaan dan struktur sosial yang melingkupinya.²¹ Dengan demikian, identitas laki-laki bersifat cair dan senantiasa dikonstruksi ulang melalui interaksi harian serta tuntutan lingkungan mereka.

Konsekuensi dari pemahaman tersebut menunjukkan bahwa maskulinitas akan selalu bersifat plural, yang berarti terdapat berbagai cara dan bentuk untuk menjadi laki-laki tergantung pada budaya dan ruang sosialnya.²² Keragaman ini memungkinkan munculnya berbagai tipe maskulinitas dalam satu waktu yang sama, yang setiap bentuknya memiliki standar pria ideal yang berbeda-beda. Dalam konteks masyarakat kontemporer, pluralitas memberikan ruang bagi kelompok laki-laki untuk membentuk identitas baru yang unik, tidak lagi bersandar pada dominasi fisik, tetapi juga pada nilai-nilai lain seperti moralitas dan spiritual.

b. Maskulinitas Hegemonik

Dalam struktur sosial, terdapat satu bentuk maskulin hegemonik yang diadopsi sebagai tipe ideal, bentuk ini melegitimasi patriarki yang dianggap mampu menjamin

²⁰ Raewyn Connell, *Masculinities*, edisi ke-2 (Berkeley: University of California Press, 2005), 71.

²¹ R. W. Connell dan James W. Messerschmidt, "Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept," *Gender & Society* 19, no. 6 (2005): 841, <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>.

²² Connell dan Messerschmidt, "Hegemonic Masculinity," 849.

posisi dominan laki-laki secara menyeluruh, baik terhadap subordinasi perempuan dan bentuk maskulinitas lainnya.²³ Dibalik standarisasi tersebut, Connell menekankan adanya pluralitas maskulinitas yang memungkinkan kemunculan bentuk-bentuk praktik yang dinamis. Keragaman inimerupakan hasil dari negosiasi identitas yang dipengaruhi oleh faktor global, regional hingga konteks lokal.²⁴ Kedinamisan ini memungkinkan tipe ideal difungsikan sebagai rujukan utama bagi konstruksi identitas maskulin yang baru.²⁵ Dalam kerangka tersebut, maskulinitas hegemonik beroperasi sebagai tipe ideal normatif yang memiliki peran krusial dalam meregulasi dan memvalidasi praktik-praktik maskulinitas yang dominan, sekaligus memberikan ruang bagi negosiasi identitas dalam suatu formasi sosial.

Dalam komunitas lokal berbasis keagamaan, muncul negosiasi antara standar maskulinitas global dengan nilai-nilai spiritualitas yang menghasilkan maskulinitas hegemonik lokal.²⁶ Tipe ideal ini memicu respons dinamis anggota komunitas untuk membentuk identitas khas yang direpresentasikan melalui praktik sosial dan citra visual. Melalui proses tersebut, komunitas menetapkan standar ‘pria sejati’ dengan mengadopsi nilai-nilai keagamaan yang dianggap ideal sekaligus menolak karakteristik yang dianggap kontradiktif dengan identitas mereka.²⁷ Di *platform* Instagram, komunitas menggunakan elemen visual sebagai panggung virtual untuk menciptakan realitas termediasi.²⁸ Citra yang diproduksi tidaklah netral, ia merupakan alat *branding*

²³ Connell dan Messerschmidt, "Hegemonic Masculinity," 832.

²⁴ Connell dan Messerschmidt, "Hegemonic Masculinity," 850.

²⁵ Chris M. Vidmar, "Hybrid Hegemonic Masculinities: Interrogating Men's Intervention Programming," *Socius: Sociological Research for a Dynamic World* 11 (2025): 2, <https://doi.org/10.1177/23780231251328083>.

²⁶ Vidmar, "Hybrid Hegemonic Masculinities," 3.

²⁷ Vidmar, "Hybrid Hegemonic Masculinities," 4.

²⁸ Feryna Nur Rosyidah dan Nunung Nurwati, "Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram," *Share: Social Work Journal* 9, no. 1 (2019): 6, <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>.

untuk mengukuhkan definisi lokal mengenai keidealan maskulinitas.²⁹ Melalui mekanisme ini, Bikers Subuhan Jogja mengonstruksi ulang tipe ideal pria maskulin sebagai negosiasi antara kekuatan fisik dengan kendali diri, spiritualitas dan kedewasaan emosional.³⁰

3. Hybrid Masculinity

Konsep maskulinitas hibrida pertama kali diperkenalkan oleh Demetriou pada tahun 2001, yang berargumen bahwa maskulinitas hegemonik sering kali melakukan asimilasi terhadap fragmen identitas yang terpinggirkan, atau feminin untuk memperkuat keberlangsungannya.³¹ Fenomena ini menandai pergeseran dari maskulinitas yang bersifat eksklusif (meniadakan) menjadi maskulinitas yang bersifat inklusif (hibrida) dengan tujuan tetap mempertahankan dominasi dalam struktur yang sama.³² Tristan Bridges dan C.J. Pascoe memperluas gagasan ini dengan menjelaskan bahwa pria mengadopsi elemen-elemen femininitas atau kelompok marginal, tanpa benar-benar menentang ketidaksetaraan gender yang mendasar.³³

Di Indonesia, perkembangan maskulinitas hibrida tidak terjadi di ruang hampa regulasi, melainkan sangat dipengaruhi oleh peran negara dan kelompok agama sebagai *gatekeeper* terhadap apa yang didefinisikan *proper masculinity*. Nilai-nilai Islam turut memberikan warna pada proses hibridasi ini, dengan menegosiasikan atribut maskulinitas

²⁹ Riskiy dan Hapsari, "Interpretasi Maskulinitas Pada Iklan Skincare Pria (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan Ms Glow For Men)," *Jurnal Ilmu Komunikasi* (2021): 9, <https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i1.234>.

³⁰ Riskiy dan Hapsari, "Interpretasi Maskulinitas," 8.

³¹ Demetriou, D. Z., *Connell's Concept of Hegemonic Masculinity: A Critique*. *Theory and Society*, 30(3), (2001): 345.

³² Tristan Bridges dan C. J. Pascoe, "Hybrid Masculinities: New Directions in the Sociology of Men and Masculinities," *Sociology Compass* 8, no. 3 (2014): 247, <https://doi.org/10.1111/soc4.12134>.

³³ Bridges dan Pascoe, "Hybrid Masculinities", 250.

tradisional dengan kewajiban moral religius. Dalam konteks ini, maskulinitas tidak lagi ditampilkan melalui kekerasan atau arogansi, melainkan melalui kesalehan dan keterlibatan spiritual yang justru memperkuat otoritas laki-laki di ruang publik maupun domestik.³⁴ Oleh karena itu, fenomena maskulinitas hibrida dalam komunitas Bikers Subuhan Jogja bukan sekadar perubahan gaya hidup, melainkan sebuah strategi identitas untuk menyelaraskan budaya maskulin otomotif dengan tuntutan moralitas religius di ruang digital.

Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini menegaskan bahwa identitas maskulinitas tidak bersifat statis, melainkan dikonstruksi secara dinamis melalui dialektika sosial. Teori Konstruksi Realitas Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann digunakan sebagai pisau analisis utama untuk memetakan bagaimana identitas maskulinitas religius pada komunitas Bikers Subuhan Jogja (BSJ) dibentuk dan dipraktikkan. Melalui momen eksternalisasi dan objektivasi, penelitian ini menerapkan konsep maskulinitas hegemonik Raewyn Connell serta maskulinitas hibrida Bridges dan Pascoe untuk membedah bagaimana redefinisi atribut otomotif dan solidaritas kolektif diproduksi melalui aktivitas digital di Instagram maupun aktivitas sosial. Selanjutnya, melalui momen internalisasi, dianalisis bagaimana nilai-nilai hibriditas tersebut diserap ke dalam kesadaran subjektif anggota hingga memicu penaklukan ego. Integrasi teoretis ini pada akhirnya digunakan untuk menguji konformitas antara identitas religius yang dikonstruksi komunitas dengan praktik sosial nyata anggota, baik dalam ruang publik maupun pembagian peran di ranah domestik.

³⁴ Nisa, E. F., "Creative-Media Da'wa: Glow-in-the-Dark Activities of Muslim Youth Agencies in Indonesia". *Perspectives on Global Development and Technology*, 17(1-2), (2018): 112, <https://doi.org/10.1163/15691497-12341471>.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif merupakan metode yang diaplikasikan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dengan penekanan pada aspek pemahaman mendalam terhadap suatu makna. Pendekatan ini dipilih untuk memetakan bagaimana secara mendalam bagaimana konstruksi maskulinitas religius ditampilkan dan dinegosiasikan oleh komunitas Bikers Subuhan Jogja selaku komunikator. Guna memahami makna di balik konten yang diproduksi, peneliti menggali data melalui wawancara mendalam dengan para informan. Proses wawancara dilakukan baik secara sinkronus (tatap muka) maupun asinkronus (melalui fitur pesan Instagram/WhatsApp) untuk memverifikasi kesesuaian pesan di media sosial dengan praktik di kehidupan nyata mereka.

2. Fokus Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah komunitas Bikers Subuhan Jogja selaku komunikator yang memproduksi dan menyampaikan pesan-pesan dakwah serta konstruksi identitas gender di ruang publik. Fokus penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, peran komunitas sebagai komunikator kolektif secara mendalam di wakili oleh para anggotanya. Melalui teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan), peneliti menetapkan 6 orang anggota sebagai informan berdasarkan kriteria spesifik sebagai berikut:

1. Laki-laki yang tercatat sebagai anggota aktif dalam komunitas Bikers Subuhan Jogja.
2. Merupakan anggota aktif jangka panjang (*well established members*) yang telah terlibat dalam aktivitas luring komunitas secara konsisten selama minimal 6 tahun. Rentang waktu ini dipilih untuk memastikan bahwa informan telah melewati proses sosialisasi sekunder dalam jangka panjang, sehingga transformasi kesadaran dan penaklukan ego mereka telah berjalan stabil dalam kehidupan sehari-hari. Konsistensi kehadiran dalam rentang waktu tersebut tidak dinilai berdasarkan kehadiran fisik mutlak tanpa absen di setiap pekan, melainkan diukur dari kontinuitas peran dan komitmen aktif informan yang tetap terjaga secara berkelanjutan di dalam komunitas.
3. Sudah menikah, guna memverifikasi keselarasan citra saleh di Instagram dengan tanggung jawab nyata di ruang domestik dan lembaga keluarga.

Meskipun skala komunitas ini mencapai 525 hingga 600 anggota dengan tingkat kehadiran rata-rata 70 unit sepeda motor dalam setiap pertemuan luring, peneliti membatasi pada 6 informan yang memenuhi kriteria di atas berdasarkan pertimbangan kecukupan informasi (*data richness*). Dari seluruh populasi anggota, para informan inilah yang memiliki karakteristik paling ideal serta mampu memberikan informasi yang paling lengkap, mendalam, dan komprehensif saat proses wawancara berlangsung. Anggota lain yang juga memiliki masa keanggotaan lama tidak terpilih menjadi informan karena data yang dibutuhkan telah mengalami saturasi (kejenuhan data) atau memiliki kesamaan informasi dengan 6 informan yang sudah ada, sehingga penambahan jumlah informan tidak lagi diperlukan.

Adapun pembagian peran dari 6 informan selaku komunikator tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Informan Kunci (*Key Informants*), berjumlah 2 orang yaitu informan HB dan AF. Keduanya dipilih karena memiliki kapasitas fungsional sebagai bagian dari pengurus atau Tim Pekerja yang menguasai informasi makro mengenai sejarah, regulasi internal, serta manajemen saluran media sosial Instagram resmi @bikerssubuhanjogja.
- 2) Informan Utama, berjumlah 4 orang yaitu informan D, E, F, dan HS. Keempatnya merupakan anggota aktif yang memberikan data mendalam mengenai aspek domestik, hubungan keluarga, serta internalisasi nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan kriteria diatas, menetapkan 6 laki-laki anggota komunitas Bikers Subuhan Jogja yang memenuhi kriteria untuk menjadi subjek (HB, AF, D, E, F, dan HS).

b. Objek Penelitian

Adapun objek penelitian ini adalah konstruksi maskulinitas religius dalam komunitas Bikers Subuhan Jogja yang ditampilkan melalui media sosial Instagram dan kesesuaiannya dengan praktik kehidupan mereka.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi Digital

Peneliti menggunakan teknik observasi digital terhadap akun Instagram resmi @bikerssubuhanjogja untuk mengamati artefak visual seperti foto motor dan aktivitas ibadah, narasi *caption*, penggunaan tagar, hingga interaksi komentar. Observasi

dilakukan selama tiga bulan (Oktober–Desember 2025) untuk memetakan konstruksi maskulinitas religius dalam perpaduan hobi otomotif dan nilai Islam. Dari periode tersebut, terdapat 36 unggahan sebagai unit amatan utama yang dinilai paling representatif untuk dianalisis secara mendalam. Berdasarkan pengamatan, peneliti menemukan data yang menunjukkan adanya eksternalisasi identitas *hybrid* lewat performansi atribut dan solidaritas jalanan, serta objektivasi nilai kesalehan yang termanifestasi dalam kedisiplinan penggunaan knalpot standar, tata kelola parkir yang presisi, hingga tipifikasi bahasa dakwah yang santun.

b. Wawancara Mendalam

Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci atau anggota Bikers Subuhan Jogja, baik secara luring maupun digital, untuk menggali pemaknaan subjektif dibalik konten Instagram mereka. Fokus wawancara diarahkan pada nilai substantif maskulinitas yang tidak selalu nampak dalam unggahan visual, seperti tanggung jawab ekonomi, prioritas domestik, dan integritas moral. Teknik ini bertujuan untuk memverifikasi persinggungan citra digital dengan prinsip hidup nyata para anggotanya.

Melalui wawancara mendalam, peneliti menggali pemaknaan subjektif informan mengenai konstruksi maskulinitas religius yang diinternalisasi melalui penyelarasan tanggung jawab kepemimpinan keluarga dengan penaklukan ego di dalam komunitas. Identitas maskulinitas *hybrid* ini diwujudkan secara nyata melalui dekonstruksi peran gender dalam keterlibatan pekerjaan domestik serta pengutana integritas ayah guna mencegah fenomena *fatherless*. Selain itu, terdapat perluasan

solidaritas teknis menjadi empati sosial di ruang publik sebagai bentuk kesalehan subjektif yang melampaui citra visual di media sosial.

c. Dokumentasi

Dokumentasi sebagai data sekunder berfungsi untuk memperkuat validitas temuan melalui pengumpulan profil organisasi, sejarah komunitas, dan arsip digital yang relevan. Peneliti juga melakukan tangkapan layar (*screenshot*) terhadap unggahan kunci di Instagram sebagai representasi utama objek penelitian. seluruh data dokumentasi kemudian diintegrasikan dengan hasil observasi dan wawancara untuk memberikan gambaran utuh mengenai konstruksi maskulinitas religius yang diteliti.

4. Teknik Validasi Data

Validasi data dipastikan melalui triangulasi, untuk menjamin validitas dan kredibilitas data. Oleh karena itu, kajian ini menggunakan dua teknik validasi data berupa:

a. Triangulasi Sumber

Jenis ini digunakan untuk menjamin kredibilitas data dengan membandingkan pernyataan antar informan yang diwawancarai. Proses ini bertujuan memverifikasi apakah wacana maskulinitas yang diproduksi secara kolektif di Instagram selaras dengan pemaknaan batin serta realitas kehidupan pribadi masing-masing anggota. Dengan demikian, peneliti dapat memastikan keselarasan antara konstruksi identitas digital dengan realitas hidup nyata anggota komunitas Bikers Subuhan Jogja.³⁵

³⁵ Lexy, J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ed, rev. (Bandung: Remaja Rosdakarya), 2017: 330.

b. Triangulasi Teknik

Metode ini dilakukan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.³⁶ Dalam konteks ini, peneliti memverifikasi data observasi digital di Instagram dengan hasil wawancara mendalam dan dokumentasi guna memastikan konsistensi dan keabsahan informasi.

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana.³⁷ Proses ini dilakukan secara berkelanjutan melalui tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:

- a. Kondensasi Data, yaitu memilah, menyederhanakan dan mentransformasi data mentah dari 36 unggahan Instagram serta hasil wawancara menjadi informasi yang lebih fokus pada konstruksi maskulinitas religius.
- b. Penyajian Data, menyusun informasi yang telah dikondensasi ke dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel kategorisasi untuk melihat pola hubungan antara citra digital dan nilai hidup anggota.
- c. Penarikan Kesimpulan, mencari makna dari data yang telah terkumpul untuk menguji kebenaran konstruksi maskulinitas yang ditemukan.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan, menjelaskan latar belakang mengenai fenomena hijrah dikalangan komunitas motir dan tren representasi identitas melalui media sosial Instagram.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. 3 (Bandung: Alfabeta) 2018: 241.

³⁷ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, ed. 3 (Thousand Oaks: SAGE Publications) 2014: 31-33.

Bagian ini juga merumuskan masalah, tujuan, serta manfaat penelitian yang kemudian diperkuat dengan kajian pustaka dan teori konstruksi realitas sosial. Adapun penjelasan metodologi penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, teknik observasi digital terhadap 36 unggahan akun @bikerssubuhanjogja, wawancara mendalam, dokumentasi, serta model data interaktif Miles, Huberman, dan Saldana.

Bab II Gambaran Umum dan Konteks Penelitian, memaparkan profil objek penelitian secara komprehensif untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan sosial komunitas. Paragraf dalam bab ini mengulas sejarah berdirinya Bikers Subuhan Jogja, visi dan misi komunitas, serta karakteristik akun Instagram @bikerssubuhanjogja sebagai instrumen utama dalam mengonstruksi identitas komunitas.

Bab III Hasil dan Pembahasan, bab ini merupakan inti dari penelitian yang menyajikan hasil analisis data primer guna menjawab rumusan masalah secara sistematis. Peneliti memaparkan proses konstruksi maskulinitas religius dibentuk melalui tahap eksternalisasi dan objektivasi pada konten-konten visual maupun naratif Instagram @bikerssubuhanjogja. Temuan tersebut disandingkan dengan hasil wawancara mengenai pemaknaan internal anggota terkait nilai-nilai substantif, seperti tanggung jawab ekonomi dan integritas moral. Seluruh data tersebut diintegrasikan untuk melihat sejauh mana citra digital yang dibangun bersinggungan dengan realitas hidup nyata para anggota komunitas.

Bab IV Penutup berisi kristalisasi dari seluruh rangkaian penelitian yang telah dilakukan. Bagian ini merangkum kesimpulan akhir yang menjawab rumusan masalah mengenai konstruksi maskulinitas religius pada komunitas Bikers Subuhan Jogja. Selain itu, peneliti memberikan saran praktis bagi pengelola media sosial komunitas dalam menyusun

narasi dakwah, serta saran teoretis bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas cakupan kajian mengenai konstruksi identitas gender dalam ruang digital agama.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai konstruksi maskulinitas religius pada komunitas Bikers Subuhan Jogja, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konstruksi Identitas di Instagram

Akun Instagram @bikerssubuhanjogja berfungsi sebagai ruang performatif untuk mengeksternalisasikan identitas maskulinitas religius. Bikers Subuhan Jogja berhasil membangun realitas objektif yang merekonstruksi citra maskulin jalanan. Identitas tersebut merupakan bentuk maskulinitas *hybrid*, yaitu perpaduan antara elemen maskulinitas hegemonik, seperti solidaritas kuat, penggunaan atribut motor yang gagah dengan nilai-nilai religius yang lebih lembut, meliputi empati, kedisiplinan salat subuh berjamaah, kerapihan, hingga tata kelola parkir yang tertib.

2. Kesesuaian Realitas Digital dan Sosial

Terdapat keselarasan signifikan antara konstruksi identitas di media sosial dengan praktik kehidupan nyata para anggota. Proses internalisasi terjadi melalui penyerapan nilai-nilai keagamaan serta kebersamaan yang mendalam. Hal ini tidak hanya memunculkan kepuasan spiritual dan efikasi diri, tetapi juga memicu penaklukan ego pribadi demi kepentingan kolektif dan ketaatan kepada Tuhan. Dampak internalisasi tersebut terbukti melampaui ranah komunitas hingga merambah ke ranah domestik dan interaksi sosial masyarakat. pada tahap ini, anggota BSj menunjukkan perubahan perilaku yang lebih santun serta bertanggung jawab.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas fokus pada aspek studi perilaku jangka panjang guna memvalidasi konsistensi internalisasi nilai religius dalam berbagai ruang sosial yang lebih privat. Selain itu, penggunaan metode etnografi virtual dengan durasi yang lebih panjang sangat disarankan agar peneliti berikutnya dapat mengamati daya tahan identitas maskulinitas religius ini dalam menghadapi pergeseran algoritma serta tren visual di media sosial yang sangat dinamis.

Secara praktis, komunitas Bikers Subuhan Jogja diharapkan tetap mempertahankan konsistensi narasi positif pada akun Instagram mereka, terutama dalam menonjolkan aspek-aspek mikro seperti kedisiplinan dan empati. Hal ini penting karena dokumentasi aktivitas positif tersebut terbukti menjadi jangkar identitas yang efektif bagi para anggota dalam melakukan swakontrol perilaku. Bagi masyarakat luas serta pengguna media sosial lainnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bahwa ruang digital dapat dimanfaatkan melampaui sekadar media berekspresi, yaitu sebagai instrumen perubahan perilaku yang positif melalui pembentukan identitas kelompok yang sehat dan religius.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Femi Fauziah, Hari Rahman Hakim, Siti Lutfi Latifah, dan Hasya Dinan Hamidah. "Konstruksi Identitas Virtual Muslimah Preneur: Mediatisasi dan Komodifikasi Agama dalam Akun Instagram @auliyafadlilah." *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2024): 109–127. <https://doi.org/10.37092/khabar.v6i2.914>.
- Ayu Nurrohmah, Aliffiani, dan Ahmad Nurcholis. "Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Instagram @Pemudahijrah)." *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam* 4, no. 1 (2021): 49–62. <https://doi.org/10.37567/syiar.v4i1.741>.
- Berger, Peter L., dan Thomas Luckmann. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Penguin Books, 1991.
- Connell, R. W., dan James W. Messerschmidt. "Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept." *Gender & Society* 19, no. 6 (2005): 829–59. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>.
- Berger, Peter L. *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*. New York: Anchor Books, 1967.
- Bridges, Tristan, dan C. J. Pascoe. "Hybrid Masculinities: New Directions in the Sociology of Men and Masculinities." *Sociology Compass* 8, no. 3 (2014): 246–58. <https://doi.org/10.1111/soc4.12134>.
- Anjassari, Brigitta Defira. "Manfaat Pengendalian Diri dalam Pengaruh Media Sosial di Kalangan Masyarakat: Tinjauan Pustaka." *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)* 4, no. 1 (Januari 2024): 24–33. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i1.1112>.
- Connell, Raewyn. *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Repr. Stanford Univ. Pr, 2006.
- Connell, Raewyn. *Masculinities*. 2. ed., [Nachdr.]. Univ. of California Pr, 2008.
- Connell, R.W. *The Men and The Boys*. University of California Press, 2000.
- Demetriou, Demetrakis Z. "Connell's Concept of Hegemonic Masculinity: A Critique." *Theory and Society* 30, no. 3 (2001): 337–361.
- Izza, Devina, dan Syafi'in Mansyur. "Peran Media Sosial Terhadap Perubahan Identitas Keagamaan dan Praktik Keberagaman pada Generasi Z di Indonesia." *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 5, no. 3 (2026): 341–353. <https://doi.org/10.56799/jim.v5i3.13890>.

- Jatmiko, Datu. "Kenakalan Remaja Klitih yang Mengarah pada Konflik Sosial dan Kekerasan di Yogyakarta." *Humanika* 21, no. 2 (2021): 131–145, [10.21831/hum.v21i2.37480](https://doi.org/10.21831/hum.v21i2.37480).
- Kamil, Hisyam, Chairiwaty, dan Malki Ahmad Nasir. "Strategi Dakwah Komunitas 'Bikers Dakwah Bandung' dalam Membentuk Akhlak Anggota Komunitasnya." *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 3, no. 2 (2023): 288–294, [10.29313/bcsibc.v3i2.8351](https://doi.org/10.29313/bcsibc.v3i2.8351).
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Edisi ke-3. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Nasrullah, Rulli. "Konstruksi Identitas Muslim Di Media Baru." *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5, no. 2 (1970): 221–234. <https://doi.org/10.24090/komunika.v5i2.172>.
- Nisa, Eva F. "Creative-Media Da'wa: Glow-in-the-Dark Activities of Muslim Youth Agencies in Indonesia." *Perspectives on Global Development and Technology* 17, no. 1-2 (2018): 112–29. <https://doi.org/10.1163/15691497-12341471>.
- Oktaviani, Selly. "Konstruksi Dakwah Berbasis Media Teknologi dan Informasi." *Sahafa Journal of Islamic Communication* 4, no. 2 (2022): 237–47. [10.21111/sjic.v4i2.7753](https://doi.org/10.21111/sjic.v4i2.7753).
- Paechter, Carrie. "Masculine Femininities/Feminine Masculinities: Power, Identities and Gender." *Gender and Education* 18, no. 3 (2006): 253–63. <https://doi.org/10.1080/09540250600667785>.
- Peter L Berger dan Thomas Luckmann. *The Social Construction of Reality*. Penguin Groupen, 1966.
- Rahayu, Titik Endang, dan Eko Hero. "Konstruksi Identitas Sosial 'Muslimah Motivations Riau' Dalam Gerakan Hijrah Melalui Instagram." *Medium* 9, no. 2 (2022): 185–200. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).7844](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).7844).
- Riskiy, Sosa Rohmansyah, dan Ramita Hapsari. "Interpretasi Maskulinitas Pada Iklan Skincare Pria (Studi Resepsi Stuart Hall pada Khalayak Pria)." *BroadComm* 4, no. 1 (2022): 45–56. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i1.234>.
- Rosyidah, Feryna Nur, dan Nunung Nurwati. "Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram." *Share: Social Work Journal* 9, no. 1 (2019): 10. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>.
- Saputra, Wahidin, Eka Sugiarti, and Keke Widya Utami. "Strategi Komunikasi Dakwah pada Komunitas Bikers dalam Membentuk Citra Positif (Bikers Dakwah)." *Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2023): 1–2. <https://doi.org/10.15408/interaksi.v3i1.31452>.

Sitairesmi, Dyah Ayu. “Konstruksi Maskulinitas dan Femininitas dalam Diskusi Kasus Kekerasan terhadap Perempuan di Akun Instagram Komunitas Perempuan Berkisah.” *Publique* 3, no. 1 (2022): 22–40. <https://doi.org/10.15642/publique.2022.3.1.22-40>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi ke-3. Bandung: Alfabeta, 2018.

Sulianta, Feri. *Netnografi: Metode Penelitian Etnografi Digital Pada Masyarakat Modern*. Yogyakarta: Andi, 2022.

Triantoro, Dony Arung. “Ekspresi Identitas Anak Muda Muslim dan Dakwah di Indonesia Pasca Orde Baru.” *Idarotuna* 3, no. 1 (2020): 84. [10.24014/idarotuna.v3i1.11357](https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1.11357).

Ummah, Nurul Hidayatul. “Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital.” *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (2023): 151–69. <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

Vidmar, Chris M. “Hybrid Hegemonic Masculinities: Interrogating Men’s Intervention Programming.” *Socius: Sociological Research for a Dynamic World* 11 (Maret 2025): 23780231251328083. <https://doi.org/10.1177/23780231251328083>.

Walker, Lisa. *The Machine in the Ghost: Discipline and Control in Motorcycling Culture*. Amsterdam: Benjamins, 2010.

Yessica, dan Lusya Savitri Setyo Utami. “Peran Komunikasi Artifaktual dalam Membangun Identitas Visual dan Budaya Mahasiswa Fashion di Burgo Indonesia.” *Kiwari* 4, no. 2 (2025): 328–35. <https://doi.org/10.24912/ki.v4i2.34990>.

Zelfia. “Konstruksi Identitas Virtual Dan Praktik Komunikasi Orang Kajang Di Media Sosial.” *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 3, no. 3 (2023): 231–42. <https://doi.org/10.33096/respon.v3i3.134>.