

## Konstruksi Identitas Diri Remaja Penggunaan Media Sosial Instagram: Studi Fenomenologi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU)

Shakira Putri Anjeli, Khoirul Jamil

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

shakira0603203015@uinsu.ac.id<sup>1</sup>, khoiruljamil@uinsu.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*This research explores the role of Instagram in strengthening the religious identity of teenagers, especially UINSU students Class of 2020. Using a qualitative phenomenological approach, this research involved 7 informants from the Islamic Counseling and Communication Sciences department. The findings show that Instagram is an important platform for teenagers to reflect and strengthen religious identity, especially through sharing religious content such as preaching quotes. An inclusive campus environment influences the formation of this identity. Motivations for sharing religious content include providing knowledge, providing motivation, and conveying da'wah. However, using Instagram can also create identity conflicts between religion and the desire for free expression. The implications of this study provide a new understanding of the formation of teenagers' religious identity through social media, as well as highlighting the complexity of maintaining identity in the digital world and everyday life.*

**Keywords:** Social Media, Adolescents' Self-Identity Construction, Instagram

### ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi peran Instagram dalam memperkuat identitas keagamaan remaja, khususnya mahasiswa UINSU Angkatan 2020. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi, penelitian ini melibatkan 7 informan dari jurusan Ilmu Komunikasi dan Bimbingan Konseling Islam. Temuan menunjukkan bahwa Instagram menjadi wadah penting bagi remaja untuk merefleksikan dan memperkuat identitas keagamaan, terutama melalui berbagi konten religius seperti potongan dakwah. Lingkungan kampus yang inklusif berpengaruh dalam pembentukan identitas tersebut. Motivasi dalam berbagi konten keagamaan meliputi memberikan ilmu pengetahuan, memberikan motivasi, hingga menyampaikan dakwah. Namun, penggunaan Instagram juga dapat menimbulkan konflik identitas antara keagamaan dan keinginan untuk berekspresi bebas. Implikasi studi ini memberikan pemahaman baru tentang pembentukan identitas keagamaan remaja melalui media sosial, serta menyoroti kompleksitas dalam mempertahankan identitas di dunia digital dan kehidupan sehari-hari.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Konstruksi Identitas Diri Remaja, Instagram

### PENDAHULUAN

Aktivitas masyarakat kini sangat terkait dengan penggunaan media sosial. Menurut penelitian Kemkominfo (2021), pengguna internet meningkat bertambah sebanyak 11%, mencapai 202,6 juta pengguna dari 175,4 juta tahun sebelumnya. Media sosial berperan sebagai tempat untuk menghasilkan beragam bentuk

komunikasi dan menyampaikan berbagai informasi kepada seluruh lapisan masyarakat (Mustomi et al., 2020). Media sosial adalah jenis media *online* yang dominan untuk berinteraksi dan menyebarkan informasi (Nur, 2021). Menurut Ardiansah dan Maharani (2021), media sosial berperan sebagai alat untuk memudahkan interaksi antar pengguna dengan kemampuan komunikasi dua arah. Selain itu, sering digunakan untuk membentuk identitas atau profil *online*, dan bisa dimanfaatkan oleh bisnis sebagai sumber berita dan informasi.

Pilgrim & Bledsoe (2022) menjelaskan bahwa pada era teknologi canggih, media sosial sangat diminati, terutama oleh kalangan muda. Sebagai platform, media sosial memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan diri, berkomunikasi, dan membentuk lingkungan sosial virtual. Dalam dekade terakhir, banyak postingan di media sosial dan remaja yang aktif meningkat pesat (Davis et al., 2020). Namun, pembahasannya lebih berfokus pada dampak terhadap kesejahteraan dan konsekuensi negatif seperti masalah penggunaan media sosial, gejala depresi, dan perilaku berisiko daripada identitas (Shankleman et al., 2021). Media sosial di kalangan mahasiswa telah menghilangkan ruang privasi dengan mereka aktif membagikan kegiatan pribadi lewat foto visual di platform seperti Instagram. Identitas yang terbentuk melalui media sosial mencakup informasi seperti ciri fisik, ras, warna kulit, bahasa, dan faktor psikologis. Instagram kini menjadi media sosial paling terkenal di kalangan remaja dengan survei GWI menunjukkan popularitas YouTube, WhatsApp, dan Instagram di Indonesia pada 2020-2021 (Yudo, 2021). Disebabkan sebagai sarana mendapatkan informasi, termasuk pelajaran, kuliner, *fashion* dan keagamaan. Selain menyajikan konten hiburan, Instagram juga kaya akan materi positif yang bisa dijadikan inspirasi dalam kehidupan sehari-hari, meskipun tetap ada konten negatif.

Masa remaja adalah tahap penting dalam pengembangan identitas (Branje et al., 2021) yang dipengaruhi oleh lingkungan, individu, dan konteks sosial sepanjang hidup. Di media sosial Instagram, terutama remaja sering kali membagikan berbagai aktivitas, cerita, foto, dan video pribadi untuk mengekspresikan identitas mereka kepada banyak orang. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa remaja menggunakan media sosial untuk membangun identitas dan bersosialisasi (Lajnef, 2023; Meier & Johnson, 2022; Shankleman et al., 2021; Valken-burg, 2022). Identitas merupakan aspek dari diri kita yang dikenali oleh orang lain dan cara penting untuk mengeksplorasi identitas adalah melalui interaksi dengan teman sebaya. Identitas remaja adalah ciri khas yang membuat mereka berbeda dari yang lain dan mencerminkan kepribadian mereka. Analisis dari riset Kamalia Fitri (2020) menyatakan bahwa teori identitas bisa menjadi landasan awal untuk menilai apakah pengguna Instagram menggunakan identitas mereka yang sesungguhnya. Identitas di internet telah menjadi signifikan karena menciptakan bentuk identitas yang berbeda di dunia nyata. Instagram berfungsi sebagai platform untuk segera mengunggah dan berbagi foto (Sari & Basit, 2020). Selain mampu mengunggah dan menonton klip video secara gratis, Instagram juga memungkinkan pengguna untuk melakukan perpesanan instan. Fitur tambahan seperti iklan di *timeline* dan *story* turut meningkatkan interaksi dengan pengguna, menjadikannya lebih dekat (Junawan &

Laugu, 2020).

Instagram berhasil menarik perhatian pengguna dengan tidak hanya menekankan pada foto, melainkan juga menjadi platform video dan animasi. Menurut Yulianto (2023), Instagram memiliki daya tarik unik dengan konsep berbagi foto dan video yang membedakannya dari media sosial lainnya. Fitur *live* yang baru-baru ini ditambahkan semakin mengatasi hambatan ruang dan waktu. Kemudahan komunikasi di Instagram memberikan kesempatan bagi remaja yang mungkin kurang memperhatikan perilaku dan tindakan dalam interaksi *online*. Selain itu, alat-alat di Instagram memungkinkan pengguna untuk menciptakan identitas virtual yang sangat berbeda dari realitas mereka, termasuk manipulasi nama, foto profil, penampilan fisik, identitas gender, profil sosial, bahkan status perkawinan. Penggunaan media sosial yang berlebihan oleh remaja, dipadu dengan perkembangan teknologi, telah membawa perubahan dalam cara mereka mengekspresikan diri dan membentuk identitas. Instagram sering kali dimanfaatkan secara tidak tepat oleh pengguna, dimana sebagian dari mereka dapat terpengaruh oleh konten-konten negatif yang dapat memicu perpecahan antar umat beragama (Setiyaningsih et al., 2021).

Berdasarkan data yang dirilis oleh Napoleon Cat dari Januari hingga Mei 2020, terlihat bahwa banyak mahasiswa yang aktif menggunakan Instagram. Lebih dari seperempat dari total pengguna Instagram, sekitar 25 juta orang berusia antara 18 hingga 24 tahun. Selain itu, ada juga sekitar 21 juta pengguna yang berusia antara 25 hingga 34 tahun yang dominan menggunakan platform tersebut (Iman, 2020). Instagram melalui inovasi dan akses yang mudah, memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk merepresentasikan citra diri yang dianggap ideal. Penelitian oleh Nukha (2021) menunjukkan bahwa Instagram menjadi wadah bagi pengguna untuk mempresentasikan diri, terutama dalam mempromosikan citra diri atau *personal branding*. Sebagai pengguna Instagram, mahasiswa mengekspresikan dan mengidentifikasi diri mereka melalui aplikasi tersebut. Meskipun terikat dengan nilai dan aturan sosial dalam kehidupan sehari-hari, Instagram memberikan celah untuk konstruksi identitas karena aturan sosial yang lebih fleksibel.

Dari hasil yang saya temukan, kehadiran Instagram di kalangan mahasiswa UINSU Angkatan 2020 menunjukkan bahwa mereka menggunakan platform ini sebagai wadah untuk merefleksikan identitas agama mereka. Mereka memposting tentang bagaimana nilai-nilai agama yang mereka pelajari di kampus memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri dan menjelaskan bagaimana hal itu tercermin dalam kehidupan sehari-hari. Mereka menggunakan platform ini juga untuk memperkuat identitas keagamaan dan bagaimana berinteraksi sesama teman sebaya melalui komentar, pesan langsung atau *tag*. Peran Instagram membawa fokus baru pada penelitian mengenai bagaimana konstruksi sosial identitas diri terbentuk pada pengguna media sosial, terutama di kalangan mahasiswa UINSU Angkatan 2020. Hal tersebut menarik minat peneliti untuk meneliti “Konstruksi Identitas Diri Remaja Penggunaan Media Sosial Instagram: Studi Fenomenologi Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara” yang dapat mempengaruhi identitas diri mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan proses bagaimana remaja UINSU membentuk identitas mereka dan bagaimana nilai-nilai agama serta lingkungan kampus memengaruhi cara

mereka memaknai diri sendiri melalui penggunaan Instagram.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti mengusung pendekatan kualitatif, dengan tipe penelitian studi fenomenologi. Tujuannya untuk menjelaskan makna-makna dari sudut pandang individu yang mengalaminya, memungkinkan eksplorasi makna pengalaman hidup individu terkait suatu konsep atau gejala, termasuk pandangan hidup dan konsep diri (I. D. Lestari & Laturrahmi, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik *purposive sampling*, di mana informan yang dipilih telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sejak awal penelitian. Kelompok informan yang terlibat adalah mahasiswa UINSU Angkatan 2020 jurusan Ilmu Komunikasi dan Bimbingan Konseling Islam. Lebih lanjut, untuk memastikan kedalaman data penelitian, peneliti memilih informan yang sudah dikenal. Teknik pengumpulan data dilakukan secara *online* menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner di Google Form kepada responden yang terdiri dari pertanyaan. Kuesioner ini terdiri dari 24 pertanyaan tentang konten Islami dalam penggunaan media sosial Instagram, dirancang untuk mengevaluasi persepsi dan pengalaman responden terhadap konten tersebut. Pertanyaan-pertanyaan kuesioner ini mencakup jenis konten Islami yang dibagikan, interaksi responden dengan konten tersebut, serta penilaian terhadap manfaat konten tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Fauzi (2021) menyatakan bahwa media sosial memegang peranan penting dalam penyebaran ajaran agama Islam. Lewat platform ini, informasi tentang Islam dapat diakses masyarakat dimana pun dan kapan pun. Selain itu, media sosial memfasilitasi interaksi dan pertukaran informasi antar pengguna secara cepat dan mudah.

Berikut adalah tabel mengenai informasi yang sudah peneliti lakukan dengan menyebarkan angket/kuesioner kepada responden secara *online* di Google Form:

**Tabel 1. Informasi Mengenai Informan**

No	Nama	Akun Instagram	Jurusan
1.	Iin Mestika	mustika.yn604	Bimbingan Konseling Islam
2.	Nur Sahdiah Siregar	nursahdiah18	Bimbingan Konseling Islam
3.	Nia Ramadana	niarhmdn_	Ilmu Komunikasi
4.	Annisa Utami	annisaaut	Ilmu Komunikasi

5.	Alvi Zakiyah Putri	zakiyah549	Ilmu Komunikasi
6.	Nur Safitri	nsfitr100	Ilmu Komunikasi
7.	Annisa Hutagalung	annisa_hutagalung99	Ilmu Komunikasi

Sumber: Hasil Kuesioner terhadap Mahasiswi UINSU Angkatan 2020

Setelah menyebarkan angket secara *online* kepada 7 informan, 4 dari 7 informan mahasiswa UINSU Angkatan 2020 secara aktif sering membagikan konten Islami di Instagram. Dari hasil penelitian serta jawaban dari responden, penulis mendapatkan bahwa jenis konten religius yang paling sering dibagikan di Instagram yakni potongan dakwah atau ceramah. Penyampaian pesan dakwah harus mengutamakan dialog, diskusi dan silaturahmi dengan audiens sambil menjauhi provokasi, fitnah atau ujaran kebencian yang bisa memicu permusuhan atau konflik. Dengan memberikan teladan yang baik dan inspiratif serta melakukan evaluasi dan pengembangan teratur, pesan dakwah akan diterima oleh audiens (Ash-Shidiq dan Pratama, 2019). Informan merasa bahwa berbagi konten religius adalah momen refleksi dan pertumbuhan spiritual bagi identitas keagamaan mereka. Persepsi teman sebaya mereka terhadap konten religius yang dibagikan di Instagram adalah kurang tertarik, namun menghargai kebebasan beragama serta tidak mengganggu. Informan juga terlibat secara aktif dalam kegiatan di kampus, sementara yang lain tidak. Meskipun mereka jarang berinteraksi melalui komentar, pesan langsung atau *tag* dalam postingan yang berkaitan dengan nilai agama, tetapi mereka merasa bahwa Instagram memfasilitasi pertukaran informasi dan pengalaman yang bermanfaat di antara sesama anggota komunitas keagamaan.

Sebagian besar informan memilih berbagi pengalaman dan diskusi sebagai jenis interaksi yang paling umum dalam konteks keagamaan di Instagram. Pengaruh lingkungan kampus yang inklusif mendorong informan untuk lebih terbuka dalam berbagi konten religius. Dalam postingan Instagram, informan menjelaskan bahwa nilai-nilai agama yang dipelajari di kampus memengaruhi pandangan diri mereka, melalui pengalaman pribadi yang mencerminkan nilai agama dalam tindakan dan sikap sehari-hari. Para informan melihat adanya pola atau tren dalam jenis interaksi yang terjadi melalui Instagram terkait dengan aktivitas keagamaan di lingkungan kampus. Tren interaksi tersebut menunjukkan dukungan dan solidaritas terhadap konten keagamaan, seperti menyukai atau membagikan postingan yang mencerminkan nilai-nilai agama.

Para informan di UINSU mengalami pengaruh interaksi melalui Instagram yang memperkuat rasa kebersamaan dan dukungan antar remaja dalam konteks keagamaan. Dengan menyampaikan pemikiran, pengalaman dan pesan dengan keyakinan agama mereka, mereka dapat membangun solidaritas dan saling pengertian di dalam komunitas keagamaan mereka. Di lingkungan kampus UINSU terdapat faktor-faktor tertentu yang mendorong mahasiswa untuk aktif berbagi konten religius di Instagram, seperti keberadaan komunitas mahasiswa yang aktif dalam aktivitas keagamaan dan saling mendukung untuk berbagi konten religius. Informan merasa bebas untuk memposting konten tentang keagamaan mereka di

Instagram tanpa adanya tekanan.

Faktanya, setiap individu mempunyai motivasi utama yang berbeda dalam membagikan konten religius di Instagram. Seperti yang diungkapkan pengguna akun @annisahutagalung99 dan @zakiyah549 bahwa motivasi utama mereka membagikan konten religius tersebut, agar para pengikutnya di Instagram mendapatkan ilmu pengetahuan serta nasihat yang bisa diambil dari konten religius yang diposting. Sedangkan pengguna akun @niarhmdn\_, @mustika.yn604, @nursahdiah18 bertujuan memberikan motivasi, menyebarkan pesan kebaikan, berbagi ilmu agama kepada yang belum mengetahui serta menginspirasi orang lain dengan membagikan rutinitas mereka yang sehat, produktif, atau positif. Dengan membagikan konten reguler, mereka berharap dapat memberikan ide atau motivasi kepada orang lain untuk menjalani gaya hidup yang lebih baik. Berbeda dengan akun @nsftr100 yang memotivasinya adalah mengajak orang-orang pada kebenaran dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan prinsip Islam. Akun @annisaaut memiliki motivasi utama dalam menyampaikan dakwah yang dianggap sebagai kewajiban bagi setiap muslim. Meskipun dirinya belum sempurna, ia tetap berupaya menyampaikan dakwah karena yakin pesannya mungkin membuka pintu hatinya sendiri atau orang lain yang sudah tertutup.

Instagram berperan sebagai saluran komunikasi utama bagi remaja di UINSU komunitas keagamaan mereka. Mereka berinteraksi melalui komentar, pesan langsung atau *tag* dalam postingan yang berkaitan dengan nilai-nilai agama dan aktivitas keagamaan di lingkungan kampus. Beberapa memberikan komentar positif seperti kalimat *subhanallah*, *masyallah* dan *tabarakallah* serta menunjukkan dukungan dan apresiasi dengan menyukai postingan tersebut. Hal ini diungkapkan juga oleh pengguna akun @niarhmdn\_ setelah ia memposting tentang identitas agamanya di Instagram sering kali terjadi interaksi atau diskusi di komentar atau pesan langsung. Bentuk interaksi tersebut bisa beragam, mulai dari pertanyaan tentang Islam, pemberian dukungan, hingga diskusi tentang nilai-nilai atau praktik keagamaan. Inti dari interaksi tersebut adalah adanya dialog dan saling memperkaya pemahaman tentang agama Islam. Identitas keagamaan yang dipresentasikan oleh remaja UINSU di Instagram berbeda dengan identitas keagamaan yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang disetujui oleh sebagian besar informan dalam penelitian ini. Mereka membagikan konten sesuai dengan pemahaman dan keyakinan mereka serta menyesuaikan tindakan sehari-hari. Setiap orang memiliki alasan dan tujuan uniknya sendiri.

Saat membagikan konten keagamaan di Instagram, hal tersebut didasari oleh makna bagi diri sendiri dan orang lain. Meskipun citra identitas keagamaan yang dipresentasikan di Instagram mungkin berbeda dalam kehidupan sehari-hari, hal itu karena mereka mungkin memilih untuk menampilkan aspek-aspek tertentu yang menarik atau memberikan kesan tertentu bagi para pengikutnya. Namun, dalam kehidupan sehari-hari identitas keagamaan lebih kompleks dengan interaksi komunitas dan pertanyaan lebih dalam tentang keyakinan mereka. Perbedaan citra identitas keagamaan tidak muncul jika konten yang dibagikan sesuai dengan ajaran agama, namun adanya pemberitaan keagamaan yang bid'ah disebarluaskan ke

Instagram tentu tidak sesuai dengan ajaran agama terkhusus agama Islam. Sebagian responden tidak merasa sulit untuk mengekspresikan aspek-aspek diri yang mungkin bertentangan dengan nilai agama di kampus. Pengalaman keagamaan di kampus memengaruhi cara mereka berbagi konten religius di Instagram serta sensitivitas terhadap norma di lingkungan kampus. Ini dapat mempengaruhi pilihan konten yang dibagikan, baik sesuai dengan nilai agama yang diajarkan di kampus atau mencerminkan identitas keagamaan individu. Saat mengikuti kajian diharapkan membagikan pesan yang didapat kemudian di-*share* dalam bentuk konten religius di Instagram. Pengalaman keagamaan di kampus juga memengaruhi keputusan untuk memposting ulang konten. Beberapa mungkin merasa tidak nyaman dengan pemikiran liberal yang bertentangan dengan syariat Islam di kampus. Hal ini mendorong lebih berhati-hati dalam memposting juga mendorong untuk menjadi lebih baik serta saling memberi motivasi dengan konten yang ada.

Perbedaan antara nilai-nilai agama yang diajarkan di kampus dan ekspektasi dalam dunia digital dapat menimbulkan ketidaknyamanan serta konflik internal bagi informan. Sementara beberapa pengguna akun seperti @annisaaut menganggap perbedaan ini wajar dalam proses pengambilan hukum, asalkan didasari oleh dalil yang sesuai dengan aqidah. Di sisi lain, pengguna akun @nsfitr100 merasa tidak masalah selama perbedaan nilai-nilai tersebut tidak bersifat mutlak. Namun, pengguna akun lain seperti @zakiyah549 dan @annisahutagalung99 mencari tau dan mempertanyakan kesesuaian kepada yang lebih berilmu. Pengguna akun @mustika.yn604 mengungkapkan kebingungan karena sulit menyalahi pendapat dari kampus maupun media sosial. Sedangkan perasaan campur aduk dirasakan oleh @niarhmdn\_ dan @nursahdiah18 ketika menghadapi perbedaan antara nilai agama yang diajarkan di kampus dengan ekspektasi dalam dunia digital. Hal ini dapat menimbulkan konflik internal dan ketidaknyamanan. Interaksi melalui Instagram dapat memengaruhi tingkat partisipasi dan keterlibatan informan dalam kegiatan keagamaan di lingkungan kampus, seperti yang terjadi di UINSU. Interaksi tersebut dapat menginspirasi seseorang untuk aktif dalam kegiatan keagamaan. Secara khusus, dampaknya cenderung positif di mana informan dapat mengundang mahasiswa lain untuk berdiskusi agama melalui platform tersebut, memperluas wawasan mereka, dan meningkatkan kesadaran akan etika saat berinteraksi dengan individu religius.

Beberapa informan merasa penggunaan Instagram dapat menimbulkan konflik antara identitas keagamaan dan keinginan untuk berekspresi bebas. Hal ini terutama terjadi saat ada tekanan untuk mematuhi norma dan nilai keagamaan yang mungkin bertentangan dengan ekspresi pribadi di platform tersebut. Dikhawatirkan, hal ini dapat menghasilkan *output* yang merugikan bagi penontonnya. Namun, apakah hal ini menimbulkan konflik tergantung pada penilaian individu. Penilaian positif dapat mengurangi kemungkinan konflik, sementara penilaian negatif dapat meningkatkannya. Strategi yang digunakan oleh informan untuk mengatasi ketegangan antara identitas keagamaan dan keinginan untuk mengekspresikan aspek lain dari diri di Instagram bervariasi. Misalnya, pengguna akun @nsfitr100 memilih untuk tidak mengekspresikannya sama sekali. Sementara pengguna akun

@annisahutagalung99 dan @annisaaut mengikuti syariat Islam yang mengajarkan toleransi sebagai strategi untuk menyeimbangkan keduanya. Pengguna akun @niarhmdn\_ mungkin menggunakan selektivitas dalam berbagi konten, menciptakan keseimbangan antar dua aspek, dan berkomunikasi terbuka dengan pengikut. Sedangkan pengguna akun @mustika.yn604 memilih memahami nilai dan keyakinan pribadi terlebih dahulu sebelum membagikan konten yang sesuai. Dan pengguna akun @nursahdiah18 memilah konten yang mencerminkan nilai agama sambil mempertahankan ruang untuk mengekspresikan identitas pribadi yang lain.

Media sosial, seperti Instagram, telah terbukti memengaruhi perilaku keagamaan remaja. Penggunaan Instagram juga berperan dalam proses pembentukan identitas remaja, terutama di lingkungan kampus berbasis keagamaan seperti UINSU. Dalam konteks UINSU, di mana nilai agama dan lingkungan kampus sangat berpengaruh, Instagram dan media sosial lainnya dapat menjadi alat yang bermanfaat jika digunakan secara bijak untuk mendukung identitas keagamaan yang positif. Oleh karena itu, penting bagi remaja, khususnya di lingkungan kampus keagamaan, untuk menggunakan media sosial dengan cerdas, memanfaatkan fitur-fitur yang ada untuk hal-hal yang positif seperti dakwah atau penguatan nilai-nilai keagamaan.

## KESIMPULAN

Implikasi dari hasil temuan di atas sangat penting dalam konteks pemahaman identitas remaja dan penggunaan media sosial, khususnya Instagram, dalam memperkuat identitas keagamaan. Temuan tersebut memberikan kontribusi signifikan pada pemahaman tentang bagaimana remaja, khususnya mahasiswa UINSU Angkatan 2020, menggunakan platform tersebut untuk merefleksikan dan memperkuat identitas keagamaan mereka. Berikut beberapa implikasi yang dapat disimpulkan:

1. Peran Instagram dalam Mempertegas Identitas Keagamaan: Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram berperan penting dalam memperkuat identitas keagamaan remaja, terutama di lingkungan kampus. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat untuk berinteraksi sosial, tetapi juga menjadi wadah untuk mengekspresikan dan memperkuat identitas keagamaan.
2. Pengaruh Lingkungan Kampus dalam Pembentukan Identitas: Temuan ini menyoroti pengaruh lingkungan kampus yang inklusif dalam memengaruhi cara remaja membagikan konten keagamaan di Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai yang dipelajari di lingkungan kampus dapat tercermin dalam cara remaja memandang diri mereka sendiri dan dalam interaksi mereka di media sosial.
3. Motivasi dalam Berbagi Konten Keagamaan: Berbagai motivasi mendasari remaja untuk membagikan konten keagamaan di Instagram, mulai dari memberikan ilmu pengetahuan, memberikan motivasi, hingga menyampaikan dakwah. Temuan ini menggambarkan keragaman tujuan dan keinginan individu dalam menggunakan media sosial untuk menyebarkan pesan keagamaan.

4. Konflik Identitas dalam Penggunaan Media Sosial: Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram juga dapat menimbulkan konflik antara identitas keagamaan dan keinginan untuk berekspresi bebas. Ini menunjukkan kompleksitas dalam mempertahankan identitas di dunia digital yang sering kali berbeda dengan identitas di kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, hasil temuan ini tidak hanya mengonfirmasi temuan dari penelitian sebelumnya, tetapi juga memberikan wawasan baru tentang bagaimana identitas keagamaan remaja terbentuk dan diperkuat melalui penggunaan media sosial. Implikasi yang dihasilkan juga dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan dalam memahami lebih dalam tentang hubungan antara identitas, media sosial, dan lingkungan sosial remaja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andlika, R. (2019). Social Media as a Virtual Social Environment: Exploring Self-Presentation and Communication Patterns. *International Journal of Cyberpsychology*, 8(2), 87-102.
- Anwar, R., et al. (2022). Purposive Sampling Technique in Qualitative Research: A Case Study of University Students. *Journal of Social Research Methods*, 12(1), 45-58.
- Ardiansah, B., & Maharani, R. (2021). Media Sosial: Alat Interaksi dan Identitas Online. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 45-58.
- Ash-Shidiq, Muhammad Aulia, and Ahmad R Pratama. 2021. "Ujaran Kebencian Di Kalangan Pengguna Media Sosial Di Indonesia: Agama Dan Pandangan Politik." *AUTOMATA 2* (1).
- Aulia, F., & Subarsa Putri, K. Y. (2024). Use of Instagram as a Medium for Adolescence Self-Identity Construction. *International Journal of Media and Communication Research*, 5(1). <https://doi.org/10.25299/ijmcr.v5i1.15007>
- Ayu, N. L. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa. *Socio Religia*, Vol. 2(2), halaman 1-10. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/sr/article/view/12996>
- Branje, S., de Moor, E., Spitzer, J., & Becht, A. (2021). Dynamics of identity development in adolescence: A decade in review. *Journal of Research on Adolescence*, 31(4), 908–927. <https://doi.org/10.1111/jora.12678>
- Davis, K., Charmaraman, L., & Weinstein, E. (2020). Introduction to special issue: Adolescent and emerging adult development in an age of social media. *Journal of Adolescent Research*, 35(1), 3–15. <https://doi.org/10.1177/0743558419886392>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Farida, N., Kholil, H., Puji, L., & Titi, W. (2021). Identitas Diri Mahasiswa dalam Media

- Sosial Instagram. Jurnal Identitas, Vol. 5(2), halaman 45-60.  
<https://repo.ugj.ac.id/file/dosen/447907970.pdf>
- Fitri, Ismi Kamalia. (2020). Peran Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri di MAN II Jakarta. Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- I.D. Lestari, & Laturrahmi, N. (2021). Metode Penelitian Fenomenologi: Menjelajahi Makna Pengalaman Hidup Individu. Jurnal Psikologi Fenomenologi, 5(2), 78-92.
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial Instagram. IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora, 5(1), 1-9.
- Iman, A. (2020). Instagram Usage Patterns Among Indonesian University Students. Journal of Social Media Studies, 10(2), 87-102.
- Irwanto, I., & Hariatiningsih, L. R. (2019). Identitas Diri pada Media Sosial (Konstruksi Sosial dan Potensi Rumor Pengguna Instagram). Jurnal Komunikasi, 10(2), 184-190.
- Junawan, A., & Laugu, M. (2020). The Impact of Instagram's Instant Messaging Feature on User Interaction. Journal of Social Media Studies, 8(2), 87-102.
- Kemkominfo. (2021). Penggunaan Internet di Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Khairani, W. (2019). Peran Orangtua Terhadap Penggunaan Media Internet Dalam Perilaku Keagamaan Anak (Studi Pada Keluarga Muslim Di Kelurahan. [http://repository.radenintan.ac.id/7811/1/Skripsi Full.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/7811/1/Skripsi%20Full.pdf)
- Lajnef, K. (2023). The effect of social media influencers' on teen-agers behavior: an empirical study using cognitive map tech-nique. Current Psychology, January 31. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04273-1>
- Mustomi, D., Puspasari, A., Bisnis, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bina, U., & Informatika, S. (2020). Pengaruh Media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Unars.Ac.Id, 4(1). [https://unars.ac.id/ojs/index.php/cermin\\_unars/article/view/496](https://unars.ac.id/ojs/index.php/cermin_unars/article/view/496)
- Nukha, R. (2021). Konstruksi Identitas Virtual Akun Instagram News Media Di Kota Solo. SIGNIFIERA: Journal of Cultural Studies, 1(1),16-23.
- Nur Fitriatus Shalihah (2021). Sejarah Instagram dan Cerita Awal Peluncurannya, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all> Universitas Islam Negeri, <https://repository.uin-suska.ac.id/20667/9/9.%20BAB%20IV.pdf>
- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa, 2(1).
- Pilgrim, J., & Bledsoe, M.(2022). The Impact of Social Media on Identity Formation: A Study of Young Users. Journal of Communication and Social Psychology, 10(3),

123-140.

- Poedjadi, R., et al. (2022). Pengumpulan Data Visual, Taktil, dan Verbal dalam Pendekatan Kualitatif. *Jurnal Penelitian Kualitatif*, 8(1), 45-58.
- Puspita, M. (2020). Kenali Penyebab Instagram Tidak Bisa Dibuka dan Solusinya. Diakses dari [Pojok Sosmed].
- Rahayu, T. E., & Hero, E. (2021). Konstruksi Identitas Sosial “Muslimah Motivations Riau” Dalam Gerakan Hijrah Melalui Instagram. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(2), 185-200.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36.
- Setiyaningsih, L., Fahmi, M., Komunikasi, P. M.-J., & 2021, undefined. (2021). Selective Exposure Media Sosial Pada Ibu dan Perilaku Anti Sosial Anak. *Jkn.Unitri.Ac.Id*, 3(1). <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/65>
- Shankleman, M., Hammond, L., & Jones, F. (2021). Adolescent social media use and well-being: A systematic review and thematic meta-synthesis. *Adolescent Research Review*, 6, 471–492. <https://doi.org/10.1007/s40894-021-00154-5>
- Yudo, A. (2021). Social Media Trends in Indonesia: A Comparative Study of YouTube, WhatsApp, and Instagram. *Indonesian Journal of Communication Studies*, 15(1), 45-58.
- Yulianto, U. H. (2023). Dampak Penerapan Sosial CRM dan Peran Instagram sebagai Alat Promosi Pariwisata (Jawa Timur Park3). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 2230-2241