

Negosiasi Identitas dalam Komunikasi Digital Remaja Muslimah Wongsorejo pada Fitur *Close Friends* dan *Feeds* Instagram

Chintya Sari^{1*}, Nurul Azizah²

¹ Universitas Ibrahimy, Indonesia

² Universitas Ibrahimy, Indonesia

*Corresponding Author. chintyasr0@gmail.com

Article History

Received: 22 December 2025

Revised: 06 June 2026

Accepted: 11 June 2026

Published: 24 June 2026

Keywords

digital communications; identity negotiation; muslim youth; instagram; wongsorejo

Kata Kunci

komunikasi digital; negosiasi identitas; remaja muslimah; instagram; wongsorejo

ABSTRACT

Social media has fundamentally transformed communication paradigms by integrating multiple levels of interaction within a single digital network. As digital advancements replace face-to-face interaction, human identity is increasingly created, constructed, and negotiated individually. This dynamic becomes more complex for young Muslim women who face dual demands: appearing ideal and aligned with social media trends while maintaining a self-image consistent with Islamic values and community expectations. Instagram's Close Friends and Feeds features support this duality. This study examines the role of Digital Communication in the identity negotiation process of young Muslim women in Wongsorejo, using a qualitative method and Dramaturgy theory. Data were collected through in-depth interviews and observation of social media activities. Findings reveal that Muslimah adolescents employ layered digital communication, using Feeds to present a positive, religious, Sharia-compliant public image, while Close Friends becomes a private space for authentic expression, self-disclosure, and privacy management. Instagram functions as a medium for self-representation, personal da'wah, and fulfilling social needs, yet also generates dual pressures to balance social acceptance with integrity as Muslimah. This study contributes to Communication Science by offering deeper insights into how youth manage self-image, privacy, and religious expectations within digital environments.

ABSTRAK

Media sosial secara fundamental telah mengubah paradigma komunikasi, menyatukan berbagai tingkat interaksi dalam satu jaringan. Dengan kemajuan digital, interaksi tatap muka sebagian besar tergantikan, sementara identitas manusia kini dibuat, dibangun, dan dinegosiasikan oleh individu. Fenomena ini menjadi lebih kompleks bagi remaja muslimah yang menghadapi tuntutan ganda: tampil ideal sesuai trend media sosial sekaligus

Read Online:

<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/dialektika/article/view/12900>

Doi:

<https://doi.org/10.21154/dialektika.v3i1.12900>

menjaga citra diri yang konsisten dengan nilai keislaman dan ekspektasi komunitas. Fitur Instagram seperti Close Friends dan Feeds mendukung dualitas ini. Penelitian ini fokus pada peran komunikasi digital dalam negosiasi identitas remaja muslimah Wongsorejo. Menggunakan metode kualitatif dengan pisau analisis teori Dramaturgy, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi aktivitas media sosial. Temuan menunjukkan remaja muslimah memiliki pola komunikasi digital berlapis: Feeds digunakan untuk membangun citra publik yang baik, religius, dan sesuai syariat, sementara Close Friends menjadi ruang privat untuk ekspresi autentik, keterbukaan diri, dan manajemen privasi. Instagram berfungsi sebagai sarana representasi diri, dakwah personal, dan pemenuhan kebutuhan sosial, namun juga menghadirkan tekanan untuk menyeimbangkan penerimaan sosial dengan keutuhan diri sebagai muslimah. Penelitian ini memberikan kontribusi akademik pada Ilmu Komunikasi dengan menawarkan pemahaman lebih kaya tentang pengelolaan citra diri, privasi, dan tuntutan keagamaan remaja di era digital.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, pola komunikasi didominasi oleh komunikasi digital, khususnya media sosial, yang dapat mengubah cara individu berinteraksi, mengekspresikan diri, dan memahami diri sendiri. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah baru bagi pembentukan identitas dan karakter, termasuk karakter religius, yang harus diseimbangkan dengan perkembangan zaman (Siregar dkk., 2025). Perkembangan saat ini tidak dapat dipisahkan dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (Kusumawati dkk., 2022). Meningkatnya komunikasi digital berarti bahwa identitas tidak hanya diterima, melainkan bagaimana identitas tersebut diciptakan, dikonstruksi, dan bahkan dinegosiasikan oleh individu itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan studi sosiologi media, yang membahas peran mediasi komunikasi berbasis teknologi dalam konstruksi dunia sosial. Sosiologi media mengkaji bagaimana media massa seperti televisi, internet, dan media sosial memengaruhi perspektif, nilai, perilaku, dan dinamika sosial individu secara keseluruhan (Jeremy dkk., 2025). Media sosial melibatkan aktor individu maupun kelompok dalam membentuk komunikasi dalam jaringan yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun (Abdad, 2022)

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menemukan bahwa pengguna internet di Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Dari hasil survei, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79.5% dibandingkan dengan periode sebelumnya maka ada peningkatan 1,4%. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Namun, hal ini menimbulkan tantangan terkait perubahan sosial dan bagaimana individu memandang media sosial sebagai hal yang krusial bagi keberlanjutan gaya hidup dan aktivitas sehari-hari mereka. Segala kemudahan ini juga membawa kompleksitas tersendiri dimana presentasi diri seringkali berubah menjadi sebuah pertunjukan yang sadar dan terus menerus.

Setiap interaksi atau unggahan di media sosial menjadi bagian dari narasi identitas yang ingin dibangun dan ditampilkan (Mokos, 2025). Dalam konteks perubahan sosial, media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai dan norma masyarakat. Hal ini terutama berlaku bagi generasi muda, yang tumbuh di era digital, yang memiliki pandangan lebih progresif terhadap berbagai isu di lingkungan mereka (Rahma dkk., 2024). Fenomena *curtained-self*, yaitu penyusunan citra ideal yang sengaja ditampilkan untuk mendapatkan validasi sosial, dapat menciptakan kesenjangan antara identitas nyata dengan identitas digital

(Agma, 2025a) Banyak remaja cenderung mengalami krisis identitas. Mereka sering tidak tahu apa yang harus dilakukan, apa yang harus dipercayai, apa yang diharapkan, dan apa yang harus dilakukan dalam masyarakat yang penuh dengan pilihan pola pikir yang masing-masing menawarkan kebenarannya sendiri (Wahyudin dkk., 2025). Media sosial secara jelas mempengaruhi pola konsumsi generasi anak muda (Sari dkk., 2024).

Fenomena ini tampak jelas dalam kehidupan remaja Muslim di Kecamatan Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi, sebuah wilayah dengan karakteristik sosial dan budaya yang khas. Wongsorejo dikenal memiliki kehadiran keagamaan yang kuat, ditandai dengan keberadaan berbagai lembaga pendidikan Islam seperti pesantren, madrasah, dan organisasi keagamaan di dalam masyarakat. Namun, kemajuan teknologi digital juga telah mulai mengubah gaya hidup dan metode komunikasi. Remaja Muslim di Wongsorejo kini berinteraksi tidak hanya di lingkungan sosial tradisional seperti sekolah, pesantren, atau komunitas mereka, tetapi juga aktif terlibat di ruang digital seperti Instagram. Media sosial memberikan akses luas terhadap berbagai informasi yang akan mempengaruhi pemikiran, tentunya akan terbentuk berbagai pandangan, tren dan pemikiran dari berbagai sumber (Hidayat & Khadavi, 2024). Dengan demikian, etika pengguna dalam bermedia sosial harus tercermin melalui syariat dan hukum yang berlaku dalam Islam yang bertujuan untuk membentuk akhlak.

Di tengah kuatnya nilai religius masyarakat Wongsorejo yang ditandai oleh dominasi institusi keagamaan seperti pesantren, madrasah, dan norma kultural Islami yang cukup ketat tersebut, muncul pertanyaan mendasar mengenai bagaimana remaja muslimah menegosiasikan identitasnya di ruang digital yang cenderung bebas, ekspresif, dan visual (Hidayat & Khadavi, 2024). Dalam hal ini ada ketegangan struktural antara tuntutan untuk mempertahankan *marwah*, adab, dan batasan syariat seperti menghindari *tabarruj* dengan dorongan psikologis untuk tetap eksis, modern, juga diakui dalam lingkaran pertemanan digital (Abdullah & Kahlina, 2024). Instagram merupakan salah satu media sosial yang memfasilitasi dualitas tersebut dengan fitur *Feeds* dan *Close Friends*.

Platform media sosial seperti Instagram sangat erat kaitannya dengan status sosial. Profil daring dibuat untuk mengumpulkan *likes* dan *comment*, sebagai bagian dari representasi diri yang terukur (Alamsya dkk., 2024). Instagram baru-baru ini merilis fitur-fitur baru yang menarik minat pengguna. Fitur seperti *Feed* dan *Close Friends* berperan penting dalam presentasi diri. Fitur *Feed* merupakan ruang publik tempat postingan pengguna dapat dilihat oleh semua pengikut dan berfungsi sebagai representasi identitas yang lebih terbuka. Sebaliknya, fitur *Close Friends* di Instagram *Stories* menyediakan ruang yang lebih privat dan selektif. Hal ini memungkinkan pengguna untuk berbagi konten hanya dengan kelompok tertentu. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan teori dramaturgi Erving Goffman, yang menyatakan bahwa remaja yang berada di panggung depan dituntut untuk lebih memperhatikan penampilan mereka agar tampak mengikuti tren yang sedang berkembang dalam kehidupan sehari-hari (Jeremy dkk., 2025). Proses penyeimbangan diri ini disebut negosiasi identitas.

Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Asty Raisha Agma dengan judul "Peran Media Sosial dalam Membangun Identitas Remaja di Era Postmodern" memiliki kesamaan membahas bagaimana identitas dibangun di media sosial (Agma, 2025). Namun, penelitian tersebut berbeda dengan kajian ini yang secara spesifik menyoroti konteks religius dan kultural lokal. Penelitian postmodern menekankan identitas remaja secara umum, sedangkan penelitian ini menekankan negosiasi identitas muslimah di ruang digital yang dipengaruhi nilai agama, ekspektasi teman sebaya, dan norma sosial lokal. Dengan demikian, penelitian ini memperluas kerangka konseptual mengenai negosiasi identitas digital khususnya pada remaja muslimah, dengan menambahkan dimensi religiusitas dan nilai budaya yang tidak dibahas secara eksplisit di penelitian sebelumnya.

Penelitian mengenai konstruksi dan dinamika identitas dalam ruang sosiologi belakangan ini juga banyak memotret krisis identitas karena tekanan sosial melalui pendekatan sosiologi sastra, seperti yang dilakukan oleh Setyawati dkk. (2025). Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada analisis tekstual terhadap karya fiksi. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan berfokus pada negosiasi identitas remaja muslimah di media sosial, bukan sekadar representasi tokoh dalam narasi sastra

Maka demikian, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengisi kekosongan literatur terdahulu dalam memotret taktik menjaga privasi dengan fitur lokal yang dilakukan oleh remaja muslimah lokal. Penelitian ini mendesak untuk dilakukan untuk mengetahui bagaimana remaja muslimah tidak sekadar mengikuti arus sekularisasi digital, melainkan melakukan kompromi identitas demi menjaga keseimbangan psikologis antara integritas keagamaan dan inklusi sosial. Tanpa pemahaman ini, kajian sosiologi komunikasi akan terus terjebak pada generalisasi bahwa teknologi digital secara mutlak menggerus nilai lokal keagamaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki dua tujuan utama yaitu (1) menganalisis pola komunikasi digital remaja muslimah Wongsorejo yang diaplikasikan secara spesifik melalui fitur *Close Friends* dan *Feeds* Instagram dan (2) mengkaji peran komunikasi digital dalam proses penyesuaian diri dan resolusi konflik yang dialami remaja muslimah Wongsorejo khususnya yang berkaitan dengan nilai keislaman dan tuntutan digital. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi akademik yang menawarkan pemahaman mengenai Ilmu Komunikasi, pengelolaan identitas diri dan berbagai tuntutan di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk memahami bagaimana komunikasi digital melalui fitur *Close Friends* dan *Feeds* Instagram berperan dalam negosiasi identitas remaja muslimah di Kecamatan Wongsorejo. Subjek penelitian dipilih dengan teknik *purposive sampling* atau dengan kriteria khusus, yaitu (1) merupakan remaja muslimah 16 – 22 tahun yang berdomisili di Wongsorejo; (2) memiliki latar belakang aktif dengan instirusi atau nilai keagamaan lokal; (3) pengguna aktif Instagram yang memanfaatkan fitur *Close Friends* dan *Feeds* sebagai representasi diri. Dengan pemilihan informan ini, memungkinkan data yang didapat memiliki kapasitas yang relevan.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi aktivitas media sosial, dan dokumentasi unggahan Instagram, dengan triangulasi sumber dan metode untuk menjaga validitas. Analisis dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang mencakup, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Miles, dkk., 2014), sehingga memungkinkan penelitian ini mengungkap bagaimana komunikasi digital membentuk, menegosiasikan, dan merepresentasikan identitas remaja muslimah dalam konteks sosial budaya Wongsorejo.

Prosedur analisis dari penelitian ini antara lain; kondensasi data yakni membaca kembali dan memilih transkrip wawancara yang diperoleh dari informan, kemudian membedakan postingan antara panggung depan dan panggung belakang. Setelah memilih data yang akan dibahas, peneliti menyajikan data yang sesuai dengan konteks penelitian yang tentunya berhubungan dengan teori dramaturgi dan negosiasi identitas. Pada tahap terakhir, peneliti memverifikasi data dengan mensinkronkan temuan dari hasil wawancara dan hasil observasi terhadap jejak digital informan yang telah memperoleh persetujuan untuk dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Komunikasi Digital (*Close Friend* dan *Feeds Instagram*) Remaja Muslimah Wongsorejo

Zaman digital merupakan masa di mana semua orang dapat berkomunikasi secara dekat meskipun berada di tempat yang berjauhan (Fajriah & Ningsih, 2024). Komunikasi adalah dasar dari semua interaksi manusia. Komunikasi adalah cara utama untuk berbagi pikiran, perasaan, informasi dengan orang lain disekitar kita (Marwanda dkk., 2025). Saat ini, komunikasi telah mendominasi pada komunikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja muslimah Wongsorejo telah banyak menjadi pengguna aktif media sosial khususnya Instagram. Remaja muslimah Wongsorejo mempunyai pola komunikasi berlapis. Menyesuaikan konteks dan nilai yang ingin ditampilkan.

Remaja muslimah Wongsorejo menggunakan Instagram sebagai sarana representasi diri kepada publik. Kebanyakan remaja meng-update aktivitas mereka di Instagram karna berpendapat bahwa Instagram merupakan tempat yang pas untuk menyimpan, menampilkan momen atau konten yang ingin mereka unggah maupun menjadikan Instagram sebagai tempat penyimpanan momen. Sebagaimana jawaban dari salah satu remaja muslimah berusia 20 tahun dengan status santri berikut.

"Menurut aku, Instagram adalah media sosial yang kalau emang semisal Instagram gak ada pasti bakalan bosen banget. Aku dan teman-teman juga sering menyebut Instagram sebagai tempat estetik". [1]

Dari pernyataan tersebut bisa disimpulkan bahwa mereka menyebut Instagram sebagai tempat estetik karena Instagram membuat mereka merasakan eksistensi kemajuan digital dan *update* terkait *trend-trend* yang ada di media sosial. Maka dari itu penyebutan tempat estetik inilah yang membuat mereka harus selektif dalam membagikan konten yang seharusnya berisi pesan dan kesan yang baik bagi komunikannya, yakni warga dunia maya. Jika dibedah dengan teori konstruksi sosial sebagaimana dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam *The Social Construction of Reality*, sebutan tempat estetik adalah sebuah realitas sosial yang tidak terbentuk secara instan, melainkan terbentuk dengan proses tindakan manusia dan interaksi sosial secara terus menerus di ruang *cyber* (Peter L dkk., 1966). Melalui interaksi itulah kemudian makna estetik menjadi pemaknaan yang melekat di kalangan remaja muslimah Wongsorejo.

Adanya fitur-fitur baru di Instagram seperti *Close Friend* dan *Feeds* sangat membantu mereka dalam mengatur pola komunikasi digital yang diharapkan bernuansa positif. Berbagai bentuk pesan yang digunakan dalam Instagram antara lain gambar atau foto, *instastory*, video pendek (*reels*), dan *direct message* (DM) untuk interaksi antar pribadi. Isi pesan yang remaja muslimah pertukarkan tidak lepas untuk kepentingan interaksi sosial bahkan juga bentuk dakwah sebagai tanggung jawab ummat muslim. Mereka menggunakan media sosial untuk memposting kutipan Al-Qur'an, hadis, motivasi ibadah, atau *self reflection*. Hal ini tidak hanya berfungsi sebagai *syi'ar* (penyiaran) terhadap komunikan tetapi juga sebagai pengingat bagi pemilik konten. Sebagaimana yang dikemukakan oleh syekh al-Baby al-Khuli bahwa dakwah adalah *syi'ar*, upaya memindahkan manusia dari situasi ke situasi yang lebih baik (Fathurrahman et al., 2021). Dalam konteks ini tidak hanya untuk *mad'u* (komunikan) akan tetapi juga berniat memperbaiki diri sendiri.

Bentuk dari komunikasi digital remaja muslimah Wongsorejo bisa dibedakan dengan adanya etika dan batasan mereka dalam berinteraksi. adanya filter etika remaja muslimah Wongsorejo dalam berkomunikasi di lingkup digital menjadi hal yang membedakan pola komunikasi digital mereka yakni dalam menjaga *marwah*, memfilter konten dengan cara lebih selektif dalam memilih konten yang mengandung unsur *tabarruj* (memamerkan kecantikan) dan sebagainya. Kebanyakan dari remaja muslimah Wongsorejo juga mengakui adanya upaya untuk mengatur waktu penggunaan media sosial agar tidak mengganggu waktu ibadah dan kegiatan sosial lainnya yang tentunya tidak terlepas dari peran orang tua dan lingkungan sekitar. Dalam teori dramaturgi Erving Goffman, penyaringan konten tersebut merupakan

bentuk pengelolaan kesan (*impression management*) aktor di panggung depan untuk memenuhi ekspektasi audiens. Pola perilaku siber ini sejalan dengan konsep etika komunikasi Islam bahwa aktivitas media sosial seharusnya merefleksikan syariat untuk membentuk akhlak mulia (Abdullah & Kahlina, 2024).

Penggunaan fitur *Feeds* Instagram adalah mediasi yang tepat remaja muslimah Wongsorejo dalam mengatur pola komunikasi digital yang sesuai dengan yang mereka harapkan yakni mempunyai personal branding dan citra yang ideal. Sebagaimana pernyataan dari remaja muslimah Wongsorejo yang merupakan alumni santri berikut.

“Saya menggunakan feeds ya senormalnya aja. Memposting foto, video, kenangan. Seperti video kegiatan saat berorganisasi di IKSASS dan juga hal positif lainnya.” [2]

Ungkapan tersebut membuktikan bahwa remaja muslimah Wongsorejo menciptakan citra syar’i yang bersifat positif, estetik, dan sesuai dengan batasan agama. Mereka juga menyadari bahwa *Feeds* dapat diakses audiens secara luas seperti orang tua, guru, tokoh agama dan masyarakat sekitar. Dalam unggahan *Feeds*, remaja muslimah Wongsorejo juga mengolah tutur bahasa yang baik dan dapat dicerna dengan benar oleh audiens, seraya menyelaraskan dengan budaya mereka. Bahasa dalam media digital tidak hanya sebagai alat komunikasi akan tetapi juga orientasi budaya dan nilai sosial (Hasyim & Puspita, 2025). Ruang digital ini tidak hanya berfungsi sebagai representasi diri akan tetapi juga berfungsi sebagai ruang literasi digital bagi remaja muslimah Wongsorejo seperti tidak menyebarkan hoaks, menjaga privasi diri dan orang lain. Literasi digital sama pentingnya dengan menulis, membaca, berhitung, dan bidang lainnya (Saputri dkk., 2024).

Berikut tangkapan layar yang menunjukkan *story public* Instagram Remaja Muslimah Wongsorejo.



Gambar 1 Tangkapan Layar *Stories Publik* informan



Gambar 2 Tangkapan Layar *Feeds* informan.

Sebagaimana pada gambar 1.1, informan cenderung memilih konten yang memukau untuk unggahan *story public* Instagram. Visualisasi ini adalah representasi konkret dari konsep panggung depan (*front stage*) dalam teori dramaturgi Erving Goffman. Pada panggung ini, informan melakukan pengelolaan kesan secara ketat dengan mengkonstruksikan identitas yang ideal yakni sebagai sosok santriwati atau aktivis muslimah yang aktif dan berprestasi. Dengan demikian, ruang publik digital tidak sekedar menyimpan memori, akan tetapi menjadi arena negosiasi identitas di mana nilai-nilai lokal keagamaan dan trend estetika modern dipadukan. Hal ini juga menjadi instrumen untuk membangun *personal branding* yang positif. Gambar 1.2 juga merupakan representasi bahwa informan memperkuat *personal branding* yang utuh. Foto unggahan wisuda bersama teman sebaya ini juga merupakan

pengelolaan kesan yang sengaja oleh informan untuk menunjukkan pemeliharaan moral dan pencapaian intelektual.

Namun fitur *Close Friend* juga sarana yang dapat dimanfaatkan untuk *management privacy*. Remaja muslimah Wongsorejo menjadikan fitur *Close Friend* sebagai ruang yang aman untuk melakukan keterbukaan diri (*self-disclosure*) seperti ruang curhat, konten yang tanpa proses editing atau mentahan, dan selektif terhadap memilih audiens yang mereka percaya. Mereka memanfaatkan hal ini karena berharap postingan yang dianggap tanpa filter tidak mudah tersebar, menghindari *judgment* dan menjaga aib mereka agar tetap sejalan dengan anjuran Islam.

Konten tanpa filter ini menciptakan kondisi teatrikal yang oleh Gran (2025) yang disebut *not-not-me*, yaitu sebuah konsep yang diadaptasi dari Richard Schechner (Gran, 2025). Dalam hal ini, remaja muslimah tidak sepenuhnya tampil sebagai orang lain, namun mereka juga tidak bisa lepas secara mutlak sebagai diri sendiri yang utuh. Mereka tetap memiliki kesadaran yang tinggi akan audiens yang dibayangkan, di mana ancaman teknologi seperti tangkapan layar membuat mereka tetap harus berhati-hati dalam mengelola media.

Oleh karena itu, Fitur *Close Friends* dan *Feeds* menjadi dualisme dalam ruang digital. Pertama, *Close Friends* sebagai panggung belakang (*back stage*) yaitu ruang remaja muslimah Wongsorejo dalam berekspresi secara bebas tanpa takut dihakimi. Kedua *Feeds Instagram* sebagai panggung depan (*front stage*) yaitu ruang remaja muslimah Wongsorejo untuk mempertahankan citra ideal yang selaras dengan norma-norma publik dan sejalan dengan ajaran Islam. Sebagaimana teori dramaturgi milik Erving Goffman yang memberikan pandangan bahwa ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain, ia ingin menumbuhkan dan mengelola citra dirinya yakni membangun citra yang baik dan mengelola kesan audiens (Amelia & Amin, 2022). Sehingga remaja muslimah Wongsorejo tidak tertinggal dengan kemajuan digital dan juga tren-tren di media sosial, akan tetapi juga tidak terlepas dari ajaran Islam, menjaga identitasnya sebagai ummat Islam, dan tetap mempunyai citra yang baik di relasi sosialnya.

Proses Negosiasi Identitas Remaja Muslimah Wongsorejo dalam Komunikasi Digital

Teori negosiasi identitas dikembangkan oleh Stela Ting-Toomey yang mengkaji tentang bagaimana interaksi antarindividu dapat dipengaruhi oleh identitas seseorang meliputi proses interaksi transaksional antar individu untuk mencoba memaksakan, mendefinisikan, mengubah, dan mendukung citra diri yang diinginkan (Gunawan dkk., 2022). Identitas merupakan bagaimana seseorang melihat dirinya dari proses negosiasi dengan lingkungan sekitar sehingga terjadi identifikasi diri yang kuat. Dengan demikian, negosiasi identitas merupakan proses interaktif individu mempertahankan keseimbangan antara kebutuhan akan penerimaan sosial dan keutuhan identitas pribadi (agama). Pada masa remaja mereka cenderung membentuk identitas dengan mempertanyakan tentang siapa diri mereka yang sebenarnya. Proses demikian bisa memunculkan pertanyaan-pertanyaan seperti “Siapa saya?”, “Apa yang saya inginkan?”, dan “Bagaimana saya ingin dilihat oleh orang lain?” (Himawan & Wahyudi, 2019). Generasi muda atau kalangan remaja adalah fase yang sangat krusial untuk mencari dan membentuk jati diri. Mereka cenderung mencari jati diri melalui proses yang telah dimediasi oleh media sosial.

Berdasarkan hasil analisis data, remaja muslimah Wongsorejo memanfaatkan fitur teknologi bukan sekadar untuk konsumsi pasif, melainkan sebagai ruang negosiasi. Instagram telah menghadirkan ruang baru melalui fitur *Feeds* dan *Close Friends* yang membentuk dua dimensi identitas yang berbeda. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh informan berikut.

“Di Feeds Instagram saya seringkali menampilkan citra diri yang rapi, religius, sopan dan bahkan estetik, supaya lingkungan sekitar, atau bahkan keluarga melihat saya tetap menjaga moral, tapi di Close Friends saya bisa berekspresi lebih bebas, seperti curhat, sharing video random tanpa takut dihakimi oleh masyarakat” [3]

Proses ini mencakup bagaimana mereka memaknai diri sebagai seorang perempuan muslim yang taat, sekaligus sebagai individu yang dapat diakui eksistensinya di dunia digital. Informan berusaha untuk menyesuaikan antara tuntutan digital dan norma agama. Mereka menjaga diri sebagai muslimah, akan tetapi juga membutuhkan ruang untuk berekspresi dengan bebas. Namun melihat lingkungan Wongsorejo yang merupakan daerah penduduk muslim serta mempunyai lingkungan sosial yang taat terhadap ajaran agama, mengharuskan mereka untuk tidak hanya menjadi bagian dari penikmat kemajuan digital akan tetapi memperhatikan moral yang harus dipertahankan.

Hal tersebut memang menjadi bagian tersulit bagi remaja muslimah Wongsorejo tetapi mereka mengaku bahwa kesulitan dalam menyeimbangkan antara norma agama dan tuntutan digital membentuk citra diri sendiri dan keluarga tetap terjaga. Adanya ruang privat seperti *Close Friend* berfungsi sebagai mediasi negosiasi identitas remaja muslimah Wongsorejo antara nilai religius dan kebutuhan berekspresi untuk mengakomodasi dua kebutuhan yakni penerimaan sosial dan keutuhan diri. Hal ini sesuai dengan teori negosiasi identitas Ting-toomey yang menjelaskan bahwa individu terus menerus menyesuaikan dan mengelola berbagai domain identitas agar memperoleh penerimaan sosial tanpa kehilangan keutuhan diri. dalam hal ini, domain identitas sebagai muslimah yang taat, dan tidak kehilangan moral serta menjadi remaja yang eksis di media sosial saling mempengaruhi dalam interaksi sehari-hari (Ting-Toomey, 1999).

Di dalam perspektif Islam, upaya remaja muslimah dalam menyelaraskan dua ruang ekspresi digital ini mencerminkan prinsip *At-tawazun* (keseimbangan). Konsep *At-tawazun* mengarahkan seorang muslim untuk tidak bersikap ekstrem, mereka tidak menolak kemajuan teknologi digital, namun juga tidak harus melanggar syariat agama (Viada & Sani K, 2025). Remaja muslimah Wongsorejo berada di posisi seimbang dengan tetap menjaga batasan moral lokal-keagamaan di ruang publik digital, sekaligus menjadi remaja yang berekspresi di media sosial secara proporsional.

Melihat budaya lokal Wongsorejo yang religius serta pengaruh global dari tren media sosial tersebut dapat menciptakan benturan nilai. Remaja muslimah Wongsorejo berupaya menyeimbangkan keduanya dengan cara menampilkan citra religius di publik tetapi tetap mengikuti trend digital secara selektif. Misalnya, mereka mengikuti tren OOTD (*outfit of the day*) dengan menyesuaikan busana muslimah dengan batasan syar'i. Hal ini menunjukkan adanya kemampuan adaptif terhadap budaya global sepenuhnya meninggalkan identitas keislaman. Dinamika sosial di wilayah Wongsorejo menunjukkan perpaduan antara nilai religius yang kuat dengan keterlibatan terhadap teknologi modern. Instagram sebagai media sosial yang dominan di kalangan remaja menghadirkan ruang baru untuk menegosiasikan identitas antara nilai religius, budaya lokal, dan tuntutan modernitas. Dalam hal ini, fitur *Feeds* dan *Close Friends* membentuk dua ruang dimensi identitas remaja muslimah, yaitu bersifat publik dan ideal serta bersifat publik dan autentik.

Berikut contoh unggahan remaja muslimah Wongsorejo dalam fitur *Close Friends* di Instagram.



Gambar 1.3 Tangkapan layar *feeds* instagram informan (OOTD)

Dalam konteks penelitian ini, remaja muslimah Wongsorejo menegosiasikan identitas mereka melalui pemilihan media dan audiens di Instagram. Informan menambahkan pernyataan berikut.

"Bukannya aku berniat bermuka dua ya, aku ya hanya menghindari persepsi negatif dari orang lain. Di satu sisi, aku tetap memegang nilai-nilai agama, dan budaya kita di Wongsorejo. Tapi disisi lain aku adalah remaja yang ingin mengeksplorasi banyak hal. Nah fitur Close Friends ini sangat membantu, aku bisa memilih audiens yang bisa melihat sisi privat ku. Jadi aku gak merasa tertekan dan nggak juga melanggar aturan."[4]

Pemilahan audiens ini membuka kemungkinan bagi remaja untuk menampilkan sisi yang berbeda antara ruang publik dan ruang privat digital, tanpa sepenuhnya melanggar norma sosial atau nilai-nilai agama. Tentunya fitur *Close Friend* dapat memenuhi kebutuhan keutuhan diri tanpa merasakan tekanan sosial. Remaja muslimah Wongsorejo melakukan negosiasi identitas melalui pemilihan audiens di Instagram yang mana sebagian penelitian sebelumnya hanya menyoroti konstruksi identitas religius remaja secara umum bukan pada bagaimana individu selektif memilih audiens seperti artikel dengan judul *Construction of Self-Identity of teenagers Using Instagram Social Media: Phenomenological Study at Islamic University of North Sumatera*, yang membahas bagaimana Instagram menjadi platform penting bagi remaja untuk merefleksikan dan memperkuat identitas religius mereka terutama melalui pembagian konten keagamaan tanpa menegosiasikan identitas mereka (Anjel & Jami, 2024). Dengan demikian belum ada literatur empiris di Indonesia yang mengombinasikan tiga aspek sekaligus yakni remaja muslimah, Instagram, dan negosiasi identitas melalui pemilahan audiens.

Islam juga tidak melarang umat dalam mengikuti kemajuan zaman. Akan tetapi juga mempunyai aturan yang harus diselaraskan. Dalam Islam komunikasi bukan sekedar interaksi sosial, tetapi juga sebagai media dakwah dan pembentukan akhlak. Remaja muslimah Wongsorejo yang menekankan prinsip kehormatan diri merupakan bagian dari dakwah bil-hal. Sebagaimana pernyataan informan berikut.

"Sebagai seorang muslim, saya sadar bahwa sikap saya di media sosial adalah cerminan dari agama saya. Menjaga aurat, menjaga adab dalam mengunggah konten maupun menjaga adab dalam berkomentar, dan tetap bersikap jujur adalah bagian dari cara saya berdakwah melalui sikap. Walaupun saya beradaptasi dengan teknologi modern, nilai Islam tetap menjadi fondasi utamanya". [5]

Meskipun mereka beradaptasi dengan teknologi, nilai-nilai Islam tetap menjadi landasan utama dalam proses negosiasi identitas meskipun ekspresi diri dilakukan melalui platform digital. Hal ini memerlukan penguatan literasi digital agar remaja muslimah Wongsorejo dapat menggunakan media sosial secara bijak dan beretika. Peran aktif lembaga

pendidikan dan keluarga khususnya orang tua juga diperlukan untuk membimbing mereka mengenai etika bermedia sesuai syari'at.

SIMPULAN

Negosiasi identitas remaja muslimah Wongsorejo di ruang digital khususnya Instagram merupakan dinamika yang kompleks antara budaya digital, ekspresi diri, dan nilai religius. Penelitian ini menyimpulkan dua hal utama. *Pertama*, remaja muslimah Wongsorejo menerapkan pola komunikasi digital berlapis yang memanfaatkan dualisme fitur Instagram. Fitur feeds dioperasikan sebagai panggung depan untuk membangun personal branding yang ideal, syar'i, dan selaras dengan ekspektasi sosial masyarakat lokal religius. Sedangkan fitur *Close Friends* dimanfaatkan sebagai panggung belakang sekaligus instrumen manajemen privasi untuk keterbukaan diri (*self-disclosure*) secara lebih autentik dan bebas dari penghakiman publik. *Kedua*, proses negosiasi identitas terjadi melalui taktik pemilahan audiens digital. dengan cara ini, remaja muslimah mampu mereduksi ketegangan struktural antara dorongan eksistensi modernitas dengan tuntutan menjaga marwah keagamaan. Hal ini juga mencerminkan prinsip *at-tawazun* dan dakwah *bil-hal*, dimana teknologi digital tidak diadopsi secara mentah melainkan dinegosiasikan secara adaptif tanpa menghilangkan akhlak dan moralitas lokal. Dengan demikian, komunikasi digital dalam konteks ini bukan sekedar medium teknologi, melainkan sebuah ruang mediasi sosial dan religius yang dinamis di era modern.

Dalam proses observasi, penelitian ini memiliki keterbatasan berupa akses yang terbatas pada konten *Close Friends* karena peneliti hanya bisa mengamati unggahan yang telah diberikan akses oleh informan, sehingga tidak seluruh dinamika identitas digital dapat terekam dengan jelas. Berdasarkan temuan penelitian ini, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas konteks geografi dan sosial untuk melihat perbandingan variasi negosiasi identitas remaja muslimah di media sosial. Selain itu, studi berikutnya dapat mengeksplorasi platform lain seperti TikTok atau Youtube serta mempertimbangkan pendekatan mixed-methods atau kuantitatif untuk mengukur intensitas penggunaan fitur digital dalam negosiasi identitas. Peneliti juga dapat menyoroti peran literasi digital, kesadaran etika bermedia, dan perlindungan privasi, serta mengeksplorasi dampak sosial dan psikologis dari negosiasi identitas digital terhadap remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdad, M. Y. (2022). Demonstrasi Jaringan: Strategi Alternatif Penyampaian Aspirasi Masyarakat Millennial di Era Transformasi Digital. 20(1), 34.
- Abdullah, & Kahlina, D. lin. (2024). Etika Komunikasi Islam Dalam Media Sosial. 1(2), 5.
- Agma, A. R. (2025). Peran Media Sosial dalam Membangun Identitas Digital Remaja di Era Postmodern. 1(1).
- Alamsya, F. F., Hakim, H. R., Latifah, S. L., & Hamidah, H. dinan. (2024). Konstruksi Identitas Virtual Muslimah Reneur: Meditasi dan Komodifikasi Agama Dalam Akun Instagram @Auliyafadlilah. 6(2), 110.
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis Self-Presenting dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman pada Tampilan Instagram Mahasiwa. 1(2), 176.
- Anjel, S. P., & Jami, K. (2024). Construction of Self-Identity of teenagers Using Instagram Social Media: Phenomenological Study at Islamic University of North Sumatera (UINSU). 12(2).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang [Web Page]. APJII.
- Asty Raisha Agma. (2025). Peran Media Sosial dalam Membangun Identitas Digital Remaja di Era Postmodern. 1(1), 25.

- Fajriah, T., & Ningsih, E. R. (2024). Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital. 4(1), 149.
- Fathurrahman, A. R., & Muh. Iqbal, A. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda. 41(2), 174.
- Gran, A.-B. (2025). Performing the Not-Not-Me in Social Media: A New Theatrical Typology of Online Self-Presentation. 11(1).
- Gunawan, Asayanda, N. A., Sulistyani, H. D., & Yuliyanto, M. (2022). Negosiasi Identitas Perempuan Bercadar dalam Menghadapi Stigma Attached To Identification selama Proses Pembelajaran.
- Hasyim, I., & Puspita, A. R. (2025). Fenomena Pilihan Bahasa Sebagai Representasi Identitas Budaya Masyarakat Yogyakarta dalam Seri Film Pendek "Ke Jogja 1, 2 dan 3." *Dialektika*, 2(1), 32.
- Hidayat, S., & Khadavi, M. jadid. (2024). Transformasi Identitas Keagamaan Santri Melalui Media Sosial di Madrasah Diniyah Salafiyah Riyadlotul Uqul Sumberasih Probolinggo. 6(2), 502.
- Himawan, A., & Wahyudi, A. (2019). Dampak Media Sosial pada Identitas Keagamaan Remaja Muslim. 1(1), 86.
- Jeremy, D., Sendratari, L. P., & Mudana, I. W. (2025). Interaksi Sosial dalam Media Sosial Ditinjau Dari Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Kasus SMA Negeri 4 Tangerang Selatan). 7(1), 14.
- Kusumawati, S. P., Nihaya, N., AvicenaNurhuda Avicena, H. N., & Alamsyah, D. (2022). Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z. 3(1), 2.
- Marwanda, T. S., Suryani, M. W., Amalia, S., & Dongoran, R. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi dan Interaksi Sosial di Kalangan Siswa. 6(1), 219.
- Miles, Huberman, & Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methode Sourcebook* (3 ed.). USA Sage Publication.
- Mokos, I. E. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. 4(3), 639.
- Peter L, Berger, & Luckmanann, T. (1966). *The Social Construction of Reality A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- Rahma, A. A. R., Ardianti, H., & Firman, K. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dinamika Sosial Masyarakat Kontemporer. 1(2), 25.
- Saputri, R., Khomsah, R., Putranto, R. S., Nurbawani, A., & Wathoni, K. (2024). Strategi Pembelajaran Literasi Digital untuk Meningkatkan Literasi Siswa di SMKN 1 Ponorogo. *Dialektika*, 1(2), 139.
- Sari, N., Haeran, Munfarida, A., & Andrasari, M. F. (2024). Dampak Media Sosial terhadap Gaya Hidup dan Identitas Budaya Generasi Muda. 1(1), 37.
- Setyawati, A., Rohmah, K. R., & Khoirina, I. (2025). Isu Sosial dalam Cerpen Mengajar Belum Tentu Mendidik Karya Sahari Nor Wakhid: Kajian Sosiologi Sastra Perspektif Alan Swingewood. *Dialektika*, 2(2).
- Siregar, A. S., Parweno, D., & Hariry, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Karakter Islami Remaja di Era Digital: Kajian Psikologi Agama. 4(4), 1160.
- Ting-Toomey, S. (1999). *Communicating Across Cultures*. (Original work published Guilford Press)
- Viada, M., & Sani K, A. (2025). Konsep At-Tawazun Terhadap Independent Woment Di Era Generasi Z Menurut Yusuf Al Qardhawi. *JSL: Journal Smart Law*, 4(1).
- Wahyudin, T. R. F., & Haedar Rahman, L. nugraha. (2025). Peran Media Sosial Dalam Perkembangan Keagamaan Anak Usia Remaja. 3(1), 4.