

**REPRESENTASI IDENTITAS SANTRI DI MEDIA SOSIAL  
(Studi Pengguna Facebook di Pondok Pesantren  
Darul Abror Purwokerto)**



**TESIS**

Disusun dan Diajukan Kepada Program Pasca Sarjana  
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto  
Untuk Memenuhi  
Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Sosial

**Oleh :**  
**AAN HERDIANA**  
NIM. 1522604010

**PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2018**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi media baru yang mengintegrasikan antara teknologi komputer, telekomunikasi dan media, menyajikan kemudahan bagi kehidupan umat manusia. Setiap individu dapat memanfaatkan waktunya untuk mendapatkan informasi terbaru dari belahan dunia manapun. Siapa saja dapat mengakses internet baik pagi, siang, sore atau pun malam yang dapat dilakukan di mana saja sepanjang terdapat koneksi.

Internet menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya. Beragam akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Internet menembus batas dimensi kehidupan pengguna, waktu, dan ruang.

Dengan melihat perubahan-perubahan yang terjadi pada teknologi media, jelas di dalamnya terdapat perubahan-perubahan di beberapa segi dalam perilaku dan industri komunikasi. Seperti yang dikatakan John Wicklen, dikutip Suparno dkk., semua mode komunikasi manusia telah mengalami perubahan visi sejak datang dan menyatunya sistem elektronik, yang disatukan oleh teknologi komputer dan telekomunikasi.<sup>1</sup>

Implikasi ini terlihat pada cara bagaimana para pekerja komunikasi melakukan pekerjaannya; mempengaruhi karakteristik isi dan produk komunikasi; mempengaruhi struktur industri komunikasi dan mempengaruhi karakteristik khalayak media dan masyarakat secara luas. Berdasarkan perubahan tersebut, pekerja media seperti jurnalis, praktisi public relations, pengiklan atau semua yang menggunakan media baru, dapat melakukan

---

<sup>1</sup> Basuki Agus Suparno, EdwiArief Sosiawan, dan Sigit Tripambudi, "Computer Mediated Communication Situs Jejaring Sosial dan Identitas Diri Remaja" dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 10, Nomor 1, Januari-April 2012, hal, 86.

pekerjaannya lebih efektif, yang dapat meningkatkan efisiensi dan kecepatan serta menurunkan biaya.

Data statistik yang dikeluarkan oleh [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) menunjukkan bahwa ada sekitar 7,519,028,970 penduduk di dunia yang mengakses internet. Dari jumlah tersebut 55.2 % pengakses internet berasal dari wilayah Asia. Dalam urutan pengakses internet terbanyak, Indonesia menempati urutan kelima setelah China, India, Amerika Serikat, dan Brazil.<sup>2</sup>

Tabel 1  
Daftar lima negara di dunia pengakses internet terbanyak

<b>TOP 5 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - JUNE 30, 2017</b>						
#	Country or Region	Population, 2017 Est.	Internet Users 30 June 2017	Internet Penetration	Growth (*) 2000 - 2017	Facebook 30 June 2017
1	<u><a href="#">China</a></u>	1,388,232,693	738,539,792	53.2 %	3,182.4 %	1,800,000
2	<u><a href="#">India</a></u>	1,342,512,706	462,124,989	34.4 %	9,142.5 %	241,000,000
3	<u><a href="#">United States</a></u>	326,474,013	286,942,362	87.9 %	200.9 %	240,000,000
4	<u><a href="#">Brazil</a></u>	211,243,220	139,111,185	65.9 %	2,682.2 %	139,000,000
5	<u><a href="#">Indonesia</a></u>	263,510,146	132,700,000	50.4 %	6,535.0 %	126,000,000

Sementara itu, Laporan Tetra Pak Index 2017 yang belum lama diluncurkan, mencatatkan ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara hampir setengahnya adalah pengguna media sosial, atau berkisar di angka 40%. Angka ini meningkat lumayan dibanding tahun lalu. Di tahun 2016 kenaikan pengguna internet di Indonesia berkisar 51% atau sekitar 45 juta pelanggan, diikuti dengan pertumbuhan sebesar 34% pengguna aktif media

<sup>2</sup> [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com), diakses tanggal 20 Desember 2017.

social. Sementara pengguna yang mengakses social media melalui mobile berada di angka 39%.<sup>3</sup>

Menurut Gabrielle Angriani selaku Communications Manager Tetra Pak Indonesia, dalam keterangannya menjelaskan bahwa pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi millennial<sup>4</sup> dan generasi Z (generasi yang lahir di era digital), dimana smartphone dan belanja online sudah menjadi bagian dari keseharian mereka.<sup>5</sup>

Tidak hanya menduduki peringkat lima besar negara di dunia dalam menggunakan internet, Indonesia juga menduduki peringkat ke-4 di dunia dengan pengguna facebook paling aktif. Hal ini diungkap dari laporan riset *We Are Social* dan *Hootsuite* yang dirilis di LinkedIn. Facebook diklaim kian mendominasi jagat media sosial di dunia. Sampai saat ini, raksasa media sosial milik Mark Zuckerberg itu sudah mengantongi 1.968 miliar pengguna aktif. Sebanyak 89 persen di antaranya mengakses *via smartphone* dan 61 persen mengakses facebook setiap harinya. Setelah dipecah berdasarkan gender, 44 persen pengguna adalah wanita dan 56 persen merupakan pria.<sup>6</sup>

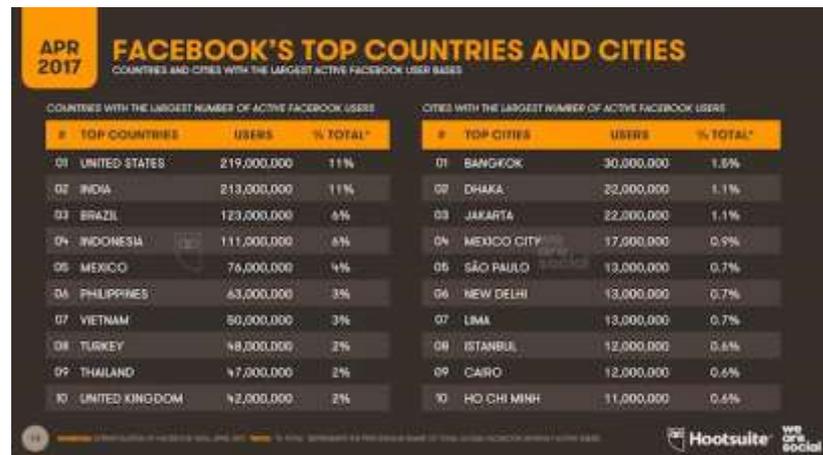
---

<sup>3</sup> [www.tetrapak.com](http://www.tetrapak.com), diakses tanggal 21 Desember 2017.

<sup>4</sup> Generasi Milenial, yang juga punya nama lain Generasi Y, adalah kelompok manusia yang lahir di atas tahun 1980-an hingga 1997. Mereka disebut milenial karena satu-satunya generasi yang pernah melewati milenium kedua sejak teori Dalam esai berjudul "The Problem of Generation," sosiolog Mannheim mengenalkan teorinya tentang generasi. Menurutnya, manusia-manusia di dunia ini akan saling memengaruhi dan membentuk karakter yang sama karena melewati masa sosio-sejarah yang sama. Maksudnya, manusia-manusia zaman Perang Dunia II dan manusia pasca-PD II pasti memiliki karakter yang berbeda, meski saling memengaruhi. generasi ini diembuskan pertama kali oleh Karl Mannheim pada 1923. Berdasarkan teori itu, para sosiolog—yang bias Amerika Serikat—membagi manusia menjadi sejumlah generasi: Generasi Era Depresi, Generasi Perang Dunia II, Generasi Pasca-PD II, Generasi *Baby Boomer*I, Generasi *Baby Boomer* II, Generasi X, Generasi Y alias Milenial, lalu Generasi Z.  
<https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>

<sup>5</sup> <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-pengguna-medsos>

<sup>6</sup> [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com), diakses tanggal 20 Desember 2017.



Gambar 1.

### Daftar 10 besar negara pengguna facebook di dunia

Dalam hal demikian, maka telah terjadi pergeseran budaya, dari budaya media tradisional yang berubah menjadi budaya media yang digital. Tahun 2014, Lembaga Survei Indonesia pernah melakukan survei dengan pertanyaan: “Dari mana Anda mendapatkan berita dan informasi?” Survei itu menunjukkan 79 persen responden menjawab televisi, 8 persen internet, 2 persen radio, dan 11 persen membaca koran. Pertanyaan yang sama kami tanyakan kepada responden yang hanya terdiri dari Generasi Z. Hasil yang kami peroleh berbeda sekali. Hanya 14,4 persen yang menjawab televisi sebagai sumber akses utama informasi. Sedangkan 83,6 persen memperoleh informasi dari internet, dan hanya 1,7 persen yang membaca koran.<sup>7</sup>

Penggunaan media sosial di kalangan remaja pada saat ini merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari lagi. Hampir setiap hari remaja mengakses media sosial hanya untuk sekedar mencari informasi melalui *twitter*, kemudian menyampaikan kegiatan yang mereka lakukan melalui *facebook*<sup>8</sup> atau *path*.

<sup>7</sup> <https://inet.detik.com/>

<sup>8</sup> Dari seluruh jejaring sosial, saat ini facebook menjadi fenomena yang menarik perhatian dunia. Jejaring sosial yang dibangun oleh Mark Zuckerberg pada Februari 2004 ini bermula sebagai jejaring sosial amatiran yang hanya ditujukan untuk mahasiswa Harvard College di mana Zuckerberg menuntut ilmu. Dua bulan sesudahnya, keanggotaannya diperluas ke institusi pendidikan lain di wilayah Boston, Rochester, Stanford, dan NYU. Dalam kurun waktu satu tahun setelah peluncurannya, orang-orang dari berbagai penjuru dunia mulai bergabung di situs ini. Pada tahun 2006, facebook menjadi perusahaan jejaring sosial global, dengan keanggotaan

Hasil dari survey yang dilakukan oleh Kementrian Kominfo di tahun 2015 seperti diberitakan Suara Merdeka, menunjukkan 5 media sosial terpopuler di Indonesia, yaitu *Facebook* dengan 65 juta pengguna, *Twitter* 19,5 juta pengguna, *Google+* 3,4 juta pengguna, *LinkedIn* 1 juta pengguna, dan *Path* 700 juta pengguna.<sup>9</sup>

Kehadiran media sosial facebook di kalangan remaja, membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik. Dalam hal ini, terjadi pergeseran budaya di kalangan remaja. Para remaja tidak segan-segan mengupload segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial facebook dalam membentuk identitas diri mereka.

Dewasa ini, remaja dan media sosial menjadi sesuatu yang tak bisa dipisahkan. Hal tersebut seperti yang dijelaskan sebelumnya, bahwa para remaja sebanyak 83,6 persen memperoleh informasi dari internet, dan hanya 1,7 persen yang membaca koran. Media baru mengubah norma-norma interaksi sosial dan memberikan bentuk baru dari presentasi diri. Melalui profil mereka di situs jaringan sosial, orang dapat hadir sendiri menggunakan cara-cara langsung dan tidak langsung

Perkembangan identitas adalah tugas utama remaja dan media baru memberikan kemungkinan untuk presentasi diri. Penelitian terbaru pada *homepage* pribadi dan media sosial menunjukkan bahwa *platform* ini sering digunakan alat untuk remaja untuk melakukan presentasi diri.<sup>10</sup> Hal ini dikarenakan bagi remaja, berkomunikasi dengan orang lain adalah alasan utama bagi mereka untuk menggunakan media baru dan isi dari komunikasi ini adalah sebagian besar tentang identitas diri.

Dalam konteks penelitian ini identitas remaja difokuskan pada dua kajian utama, yaitu identitas sosial dan identitas religius. Tajfel mendefinisikan

---

aktif saat ini mencapai lebih dari 500 juta orang. (<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>,

<sup>9</sup> Suaramerdeka.com diakses tanggal 4 Januari 2018.

<sup>10</sup> Primada Qurrota Ayun, "Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas" dalam *Jurnal Channel*, Vol. 3, No. 2, Oktober 2015., hal 15.

identitas sosial sebagai "pengetahuan yang dimiliki oleh individu, bahwa dia termasuk dan bagian dalam lingkungan sosial tertentu atau kelompok yang mempunyai beberapa nilai emosional dan aturan yang mengikat anggotanya."<sup>11</sup>

Teori identitas sosial Tajfel dan Turner menjelaskan bahwa bagian dari konsep diri seseorang berasal dari kelompok tempat orang itu berada. Seorang individu tidak hanya memiliki kedirian pribadi, tapi juga banyak diri dan identitas yang terkait dengan kelompok terafiliasi mereka. Seseorang mungkin bertindak berbeda dalam berbagai konteks sosial sesuai dengan kelompok tempat mereka berada, yang mungkin termasuk tim olahraga yang mereka ikuti, keluarga mereka, negara kebangsaan mereka, dan lingkungan tempat tinggal mereka, di antara banyak kemungkinan lainnya.<sup>12</sup>

Selain itu, komitmen religius sering menjadi inti dari identitas seseorang. Dalam studi sosial tentang agama telah menunjukkan beragam cara di mana agama-agama dengan kuat melayani impuls identitas. Seul menyatakan, agama sering "melayani" beragam kebutuhan psikologis lebih komprehensif daripada budaya lainnya. Artinya, agama berkontribusi terhadap pembangunan dan pemeliharaan identitas individu dan kelompok. "Masing-masing agama secara khas memberi para pengikutnya sebuah keyakinan yang berbeda dengan seperangkat norma, institusi, tradisi, dan nilai moral yang koheren dan stabil yang merupakan dasar bagi seseorang untuk membangun dan memelihara identitasnya."<sup>13</sup>

Fenomena mencurahkan perasaan di media sosial facebook juga dilakukan oleh remaja yang berstatus santri. Santri adalah seseorang yang belajar di pesantren. Norma-norma dan aturan yang melekat dalam diri santri remaja, tidak mempengaruhi mereka untuk tetap eksis di facebook. Layaknya remaja pada umumnya, santri juga menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan teman, sahabat, keluarga, dan yang lainnya dan

---

<sup>11</sup> Michael A. Hogg, "A Social Identity Theory of Leadership" *Personality and Social Psychology Review* 2001, Vol. 5, No. 3, hal. 186.

<sup>12</sup> Turner, J. C., & Tajfel, H. The social identity theory of intergroup behavior. *Psychology of intergroup relations*, (1986). 7-24.

<sup>13</sup> <https://www.facinghistory.org/holocaust-and-human-behavior/chapter-1/religion-and-identity> diakses tanggal 10 Januari 2018.

menampilkan dirinya di media sosial. Namun, yang menarik dalam konteks penelitian ini adalah dimana dalam dirinya juga melekat status “santri”, yang tentunya mempunyai tanggung jawab menjaga keislamannya dalam status mereka sebagai santri.

Santri di Pondok Pesantren Darul Abror Purwokerto juga tidak terlepas dari merepresentasikan identitasnya di media sosial facebook. Kebijakan pondok untuk membolehkan para santrinya untuk menggunakan smartphone dalam kesehariannya menjadikan santri bisa dengan leluasa menggunakan smarphone tersebut untuk berkomunikasi dan berinteraksi di media sosial, tentunya selagi tidak berbenturan dengan kebijakan pondok.<sup>14</sup> Hampir seluruh santri di Pondok Pesantren Darul Abror Purwokerto mempunyai dan menggunakan smartphone dalam kesehariannya. “Santri di pondok sini juga rata-rata mahasiswa, jadi kebijakan pondok untuk membolehkan penggunaan smartphone adalah untuk memudahkan para santri dalam belajar dan komunikasi”.<sup>15</sup>

Media sosial facebook mengubah norma-norma interaksi sosial dan memberikan bentuk baru dari presentasi diri. Melalui profil mereka di situs jaringan sosial, orang dapat hadir sendiri menggunakan cara-cara langsung dan tidak langsung. Representasi identitas santri, bisa dilihat dari salah satu foto profil seperti gambar di bawah ini.

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan pengurus pondok putri Pondok Pesantren Darul Abror, Ani Ni'matul Husna tanggal 10 Januari 2018, pukul 15.00.

<sup>15</sup> Wawancara dengan pengurus pondok putri Pondok Pesantren Darul Abror, Ani Ni'matul Husna



Gambar 3  
Foto profil dari salah satu santri Ponpes Darul Abror<sup>16</sup>

Berdasar foto profil tersebut, Ayunani merepresentasikan dirinya menjadi seorang santri, salah satunya dengan menggunakan kerudung atau hijab<sup>17</sup> dalam foto profilnya. Ini yang menjadi identitas atau ciri khas santri, yang tentunya menjadi pembeda dengan remaja lain yang tidak berstatus santri. Walaupun, memakai kerudung tidak harus seorang santri, realitanya banyak yang bukan santri memakai kerudung dalam kesehariannya. Namun, dalam konteks ini, norma atau aturan kelompok sosial (dalam hal ini adalah pondok pesantren) menjadikan kerudung sebuah kewajiban dan ia menjadi terikat

<sup>16</sup> Sumber: <http://facebook/ditazafiraayunani> diakses tanggal 11 Januari 2018.

<sup>17</sup> Menurut Barnard, berbicara tentang pakaian sesungguhnya berbicara sesuatu yang erat kaitannya dengan diri kita. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang kita pakai dalam keseharian kita dapat menggambarkan kepribadian dalam diri kita. Pakaian yang kita gunakan membuat pernyataan tentang diri kita. Bahkan jika kita merupakan orang yang tidak peduli soal pakaian, orang yang berada di lingkungan kita tentunya menafsirkan bahwa kita sedang ingin menunjukkan sebuah pesan dari pakaian yang sedang kita kenakan. Anilatin Naira Makna Budaya Pada Jilbab Modis (Study Pada Anggota Hijab Style Community Malang) dalam [jmsos.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jmsos/article/.../16/27](http://jmsos.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jmsos/article/.../16/27). Selain itu, menurut Mulyana Cara berpakaian seseorang tentu mencirikan penampilan fisik. Nilai-nilai agama, kebiasaan, tuntutan lingkungan (tertulis atau tidak), nilai kenyamanan, semua itu mempengaruhi cara kita berbandan. Lihat: Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 29.

dengan norma, aturan, dan nilai tersebut dan itu sejalan dengan nilai-nilai agama yang dianutnya, yakni Islam untuk menutup aurat seperti yang dijelaskan dalam QS. Al a'raf ayat 26.

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا ۚ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۗ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat (QS. Al a'raf ayat 26).

Selanjutnya, di gambar tersebut kita juga melihat penekanan identitas sebagai seorang santri dalam profil, dengan tulisan “santriwati di Ponpes Darul Abror”. Tajfel mendefinisikan identitas sosial sebagai "pengetahuan yang dimiliki oleh individu, bahwa dia termasuk dan bagian dalam lingkungan sosial tertentu atau kelompok yang mempunyai beberapa nilai emosional dan aturan yang mengikat anggotanya.<sup>18</sup>

Selain foto profil, santri Ponpes Darul Abror juga merepresentasikannya dalam sebuah status. Banyak hal yang kita bisa lakukan ketika menggunakan facebook. Beberapa kegiatan yang bisa dilakukan di facebook seperti yang dijelaskan oleh Bob Mathews di bawah ini.

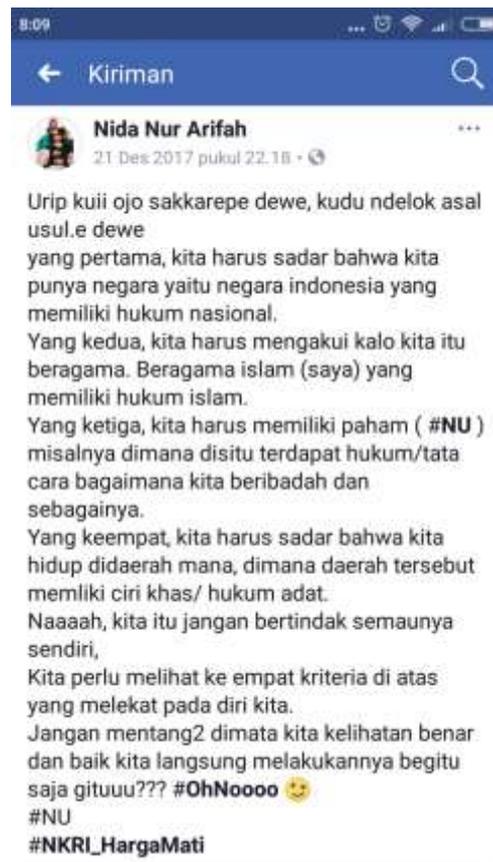
*You can post “status updates” to let others know what you’re doing, what you’re thinking, where you’re going, or just about anything else you want. You can post videos and photos, join groups, join fan pages, put things on the calendar, and on & on*

(Anda dapat memposting "update status" untuk memberi tahu orang lain apa yang Anda lakukan, apa yang Anda pikirkan, di mana Anda berada pergi, atau hanya tentang hal lain yang Anda inginkan. Anda dapat memposting video dan foto, bergabung dengan grup, bergabung dengan halaman penggemar, mengingat data di kalender, dan lainnya).<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Michael A. Hogg, “A Social Identity Theory of Leadership” *Personality and Social Psychology Review* 2001, Vol. 5, No. 3, hal. 186.

<sup>19</sup> Jennifer Alejandro, “Journalism In The Age Of Social Media, hal. 3.

Berdasar pemaparan tersebut, fasilitas facebook tersebut memungkinkan seseorang mengkonstruksi dan merepresentasikan dirinya melalui perantaraan teks baik itu dalam pengertian kumpulan kata maupun gambar yang ada. Seperti dalam gambar di bawah ini:



Gambar 4.

Salah satu update status santri Ponpes Darul Abor Purwokerto<sup>20</sup>

Dalam status tersebut, salah satu santri Ponpes Darul Abor Purwokerto Nida Nur Arifah, menulis status yang menggambarkan bahwa hidup tidak bisa semaunya atau seenaknya sendiri, tetapi kita juga harus melihat lingkungan dimana kita tinggal. Seperti dalam kalimat, “*urip kue ojo sakkarepe dewe, kudu ndelok asal usule dewe*” (hidup itu jangan seenaknya sendiri, harus

<sup>20</sup> Sumber: <http://facebook/nidanurarifah> diakses tanggal 11 Januari 2018

melihat asal usul kita). Selain itu, ia juga menambahkan bahwa dalam kehidupan sehari-hari kita harus melihat empat kriteria yaitu pertama bahwa Indonesia mempunyai hukum nasional. Kedua, kita beragama Islam. Ketiga, mempunyai faham NU. Keempat, bahwa setiap daerah mempunyai hukum adat yang berbeda-beda.

Selain status yang agak serius, para santri Ponpes Darul Abor Purwokerto juga mengupdate hal-hal yang sederhana, sebagai aktivitas di pondok pesantren.



Gambar 5

Salah satu update status santri Ponpes Darul Abor Purwokerto<sup>21</sup>

Dalam gambar tersebut, salah satu santri Ponpes Darul Abror, Lestary memposting dirinya bersama dengan dua temannya, dengan menulis “Temen kamar, yang lain pada mudik, tinggal kita beriga”. Dalam gambar tersebut, kembali, kerudung menjadi hal yang tidak bisa dilepaskan dari seorang santriwati, baik itu di ruang privat seperti kamar atau di tempat umum. Istilah lain dalam gambar tersebut adalah kata “kamar”. Kamar merujuk kepada

<sup>21</sup> Sumber: <http://facebook/indahmusyfiyahlestari> diakses tanggal 11 Januari 2018.

tempat sebagai tempat istirahat dan tempat tinggal santri di pondok pesantren, dengan jumlah penghuni yang lumayan banyak. Dalam tradisi di pesantren, setiap kamar tersebut biasanya dilakukan dengan penamaan-penamaan, seperti dalam gambar berikut:



Gambar 6

Para santri berfoto bersama di kamar Azahra

Berdasar beberapa gambar tersebut, masa remaja merupakan masa penuh peluang sekaligus masa yang penuh dengan risiko dan sering menampilkan sikap dan perilaku egoistis, reaktif dan ekspresif spontan yang seringkali tidak terkendali. Subrahmanyam, Smahel, dan Greenfield, dikutip Hadori, mengungkapkan bahwa remaja yang berada dalam kondisi krisis, hampir seluruh potensi labilitas emosionalnya dieksplorasi dalam kehidupan sehari-hari dengan berbagai macam cara, seperti mengeksplorasi atau menumpahkan seluruh dorongan emosionalnya melalui internet, bahkan

menurut Kokko dan Pulkkinen, ketidakmampuan menyesuaikan diri pada remaja dapat berujung pada perilaku agresif.<sup>22</sup>

Sejalan dengan sifat egoistis remaja, maka pada masa ini pula, remaja sudah mulai tertarik untuk mengetahui identitas dirinya dan pemahaman “diri” yang sangat kompleks dan melibatkan sejumlah aspek dalam diri. Pembentukan identitas diri merupakan salah satu tugas utama pada masa remaja yang memiliki implikasi penting terhadap perkembangan psikologis yang sehat sepanjang perjalanan hidup.

Erikson menjelaskan, bahwa bahaya utama yang dihadapi remaja dalam tahap pencarian identitas dirinya adalah kebingungan identitas (*identity confusion*) yang secara psikologis dapat memperlambat pencapaian kedewasaan remaja itu sendiri. Kebingungan identitas yang dialami oleh para remaja merupakan sesuatu yang wajar, karena dalam proses pembentukan identitas diri pada remaja berjalan secara natural, artinya tidak meniru orang lain, sehingga remaja yang memiliki komitmen kuat untuk menunjukkan identitas diri mereka pada dasarnya memiliki kualitas modal sosial yang sangat baik.<sup>23</sup>

Berdasar hal tersebut, adalah hal yang menarik untuk meneliti bagaimana presentasi dan identitas santri pondok pesantren Darul Abror Purwokerto di media sosial facebook. Berangkat dari pemikiran tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana representasi identitas remaja Islam di media sosial facebook.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana representasi identitas sosial santri di media sosial facebook?
2. Bagaimana representasi identitas religius santri di media sosial facebook?

---

<sup>22</sup> Mohamat Hadori, “Proses Pembentukan Identitas Santri Pada Remaja Pondok Pesantren Salafiyah Syafi’iyah Situbondo, *Jurnal Lisanul Volume 4, No. 2, Desember 2012*”, hal 206

<sup>23</sup> Kerpelman, J. & White, L. Interpersonal Identity and Social Capital: The Importance of Commitment for Low Income, Rural, African American Adolescents. (*Journal of Black Psychology*, Vol. 32, 2006), hal. 219.

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan dan menganalisa representasi identitas sosial santri di media sosial facebook.
2. Mendeskripsikan dan menganalisa representasi identitas religius santri di media sosial facebook.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis, merupakan suatu sumbangsing pemikiran dalam menambah pembendaharaan kajian komunikasi dan keislaman, khususnya dalam kajian komunikasi siber atau media siber.
- b. Secara praktis, penelitian semoga bermanfaat kepada:
  - 1) Santri, dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi sebuah bahan refleksi diri dalam memanfaatkan media sosial.
  - 2) Lembaga, baik itu pesantren, sekolah, atau perguruan tinggi, penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan atau pijakan untuk lebih memahami karakter remaja.
  - 3) Peneliti, diharapkan penelitian ini bisa menjadi salah satu alternatif rujukan dalam pengembangan keilmuan komunikasi dengan penelitian lanjutan.

### E. Kajian Pustaka

Penelitian pertama dilakukan oleh Primada Qurrota Ayun dengan judul *Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas*.<sup>24</sup> Penelitian tersebut mendeskripsikan bagaimana media sosial digunakan remaja sebagai sebuah media untuk membentuk identitas diri. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori identitas sosial, interaksi simbolik, dan ekologi media.

---

<sup>24</sup> Primada Qurrota Ayun, "*Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas*" dalam *Jurnal Channel*, Vol. 3, No. 2, Oktober 2015.

Hasil penelitian mengenai fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas diri mereka, adalah 1) Remaja menunjukkan identitas diri yang berbeda-beda dalam ketiga akun media sosial tersebut. 2) Secara orientasi personal, para remaja menggunakan media sosial dikarenakan mereka ingin menjalin komunikasi dengan teman-teman mereka. Sehingga mereka memutuskan untuk memiliki akun media sosial lebih dari satu. 3) Nilai individu yang ditampilkan dalam media sosial, para remaja mencoba membuat sebuah citra positif tentang diri mereka di media sosial tersebut. Remaja suka menampilkan identitas mereka yang *Smart*, terlihat bahagia, dan suka menampilkan hobi atau kegiatan yang mereka sukai. 4) Para remaja cukup terbuka di media sosial dalam menunjukkan identitas mereka. Hal ini ditunjukkan dengan keterbukaan diri mereka melalui keinginan mereka untuk *eksis* dengan mengupload kegiatan yang sedang mereka lakukan (baik melalui foto ataupun status) dan mengungkapkan permasalahan pribadi di media sosial, dalam bentuk tersirat.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Basuki Agus Suparno, Edwi Arief Sosiawan, dan Sigit Tripambudi dengan judul *Computer Mediated Communication Situs Jejaring Sosial dan Identitas Diri Remaja*.<sup>25</sup> penelitian tersebut melibatkan empat SMU di kalurahan CaturTunggal Depok Sleman, yaitu SMUN 1 Depok, SMU Gama, SMU Colombo dan SMU De Britto. Dengan menggunakan teori konsep diri dan *Computer Mediated Communication* (CMC). Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa tidak saja perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ini membawa berkah bagi pengembangan pengetahuan dan wawasan bagi siswa siswi SMU, tetapi juga sekaligus telah menciptakan ketergantungan terhadap situs-situs yang tidak terlalu meningkatkan kemampuan intelektualitas dan analisis mereka. Sejarah perkenalan mereka terhadap teknologi ini telah membawa dua sisi sekaligus, kebaikan dan kengatifan. Sementara bagi pengembangan konsep

---

<sup>25</sup> Basuki Agus Suparno, EdwiArief Sosiawan, dan Sigit Tripambudi, "Computer Mediated Communication Situs Jejaring Sosial dan Identitas Diri Remaja" dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 10, Nomor 1, Januari-April 2012*.

dan identitas diri, lebih digunakan untuk kepentingan ekspresi, narsis dan kesenangan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Elda Franzia Representasi dengan judul *Identitas Melalui Komunikasi Visual Dalam Komunitas Virtual Palanta Urang Awak Minangkabau*.<sup>26</sup> Penelitian tersebut bertujuan untuk memaparkan ragam bentuk dan cara penyampaian komunikasi visual di dalam komunitas virtual ini sebagai bagian dari konstruksi identitas virtual etnis Minangkabau. Metode yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi virtual, melalui analisis semiotik dengan pendekatan *cultural studies*. Kajian ini memberi pemahaman terhadap tipologi gambar dan simbol-simbol budaya yang berlaku dalam adat Minangkabau, khususnya dalam konteks komunitas virtual di Facebook. Konstruksi identitas masyarakat etnis Minangkabau yang direpresentasikan dalam media jejaring sosial *Facebook*, khususnya pada komunitas virtual *Palanta Urang Awak Minangkabau*, tidak dapat dilepaskan dari faktor tradisi sosial budaya masyarakat Minangkabau itu sendiri. Bahasa sebagai teks verbal dan gambar sebagai teks visual merepresentasikan masyarakat etnis Minangkabau yang terikat pada adat dan tradisi. Melalui gambar sebagai bentuk komunikasi visual, anggota komunitas *Palanta Urang Awak Minangkabau* telah mengonfirmasi diri sebagai bagian dari masyarakat etnis Minangkabau di ruang jejaring sosial *Facebook*.

Terakhir, penelitian yang dilakukan Farida dan Sari, dengan judul “Media Tradisional Vs Media Online (Komunikasi dengan Keunikan Identitas)”.<sup>27</sup> Manusia sebagai makhluk individu dan makhluk sosial memiliki identitas personal sekaligus identitas sosial, yang menjadikan manusia memiliki keunikan dalam berkomunikasi ketika berinteraksi di lingkungan secara langsung maupun secara tidak langsung. Berbagai media dalam komunikasi baik tradisional (majalah, radio, televisi) maupun media modern

---

<sup>26</sup> Elda Franzia Representasi dengan judul *Identitas Melalui Komunikasi Visual Dalam Komunitas Virtual Palanta Urang Awak Minangkabau* dalam *Jurnal Panggung Vol. 25 No. 4, Desember 2015*.

<sup>27</sup> Farida dan Sari *Media Tradisional Vs Media Online (Komunikasi dengan Keunikan Identitas)* AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 3, No.1 Juni 201

(online) adalah memudahkan manusia untuk menyampaikan pesan agar terbentuk kelompok dengan kesamaan pemahaman dan melakukan berbagai aktivitas untuk memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup dan kehidupan. Komunikasi yang efektif akan mewujudkan keharmonisan kehidupan karena timbulnya kondisi saling menghormati dan saling membantu dalam menyelesaikan masalah. Namun sebaliknya, akan menimbulkan konflik bahkan saling menghilangkan aspek-aspek kemanusiaan. Oleh karena itu, setiap manusia perlu memahami bahwa media tradisional maupun modern dalam berkomunikasi yang digunakan memiliki fungsi untuk memudahkan jalinan silaturahmi antar sesama manusia di seluruh dunia karena keterbatasan jarak dan waktu. Namun perlu diketahui ketika menggunakan media tradisional maka berita maupun pesan tersampaikan akan membutuhkan waktu, sedangkan penggunaan media online maka akan dengan cepat pesan atau berita diterima namun ada kesempatan untuk menyembunyikan bahasa non verbal. Sebagai manusia yang memiliki kecerdasan, maka berkomunikasi membutuhkan integrasi antara apa yang dipikirkan dengan yang dirasakan serta dilakukan yang tidak menyinggung manusia lain, sehingga tercapailah tujuan komunikasi.

Berdasar beberapa penelitian yang penulis jelaskan di atas, tidak ada sama persis dengan judul penelitian yang diangkat oleh penulis, yaitu Representasi Identitas Santri di Media Sosial. Subjek penelitian, dalam penelitian ini adalah status facebook santri Ponpes Darul Abor Purwokerto. Kemudian, teori dalam penelitian ini menggunakan teori identitas sosial dan identitas religius. Karena penelitian ini menganalisa status facebook para santri, maka penulis menggunakan semiotik sebagai pisau analisisnya.

## **F. Sistematika Penulisan**

Bab pertama, adalah pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian atau rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, definisi istilah, dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

Bab kedua membahas kajian teori atau kerangka konseptual, yang berisi: teori identitas, identitas sosial dan identitas religius, media sosial, facebook, pengertian santri, dan teori semiotika.

Bab ketiga merupakan metode penelitian yang mengurai tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab keempat berisi pemaparan data-data dari hasil penelitian tentang gambaran umum santri di Ponpes Darul Abror Purwokerto. Selain itu, bab ini juga membahas analisa dan temuan-temuan dari fokus permasalahan penelitian.

Bab kelima penutup, yang berisi simpulan dan saran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasar hasil penelitian di bab-bab sebelumnya, terkait dengan representasi identitas sosial dan religius di media sosial, dapat penulis simpulkan sebagai berikut

Media sosial facebook menjadi sarana bagi para santri untuk merepresentasikan identitas sosial dirinya sebagai seorang santri. Hal tersebut, dapat dilihat dari beberapa status atau postingan di facebook, yang menjelaskan, menggambarkan, atau sebatas memberihatu bahwa ia adalah seorang santri dari status yang tulis, pakaian yang ia kenakan, aktivitas di pondok pesantren, mengikuti hari santri dan sebagainya.

Selain identitas sosial, media sosial facebook juga sebagai media untuk merepresentasikan identitas religius santri pondok pesantren Darul Abror. Praktik agama, tidak lagi menjadi urusan pribadi seorang makhluk dengan Tuhannya, tetapi sejak adanya internet dan media sosial, praktek beragama sudah menjadi bagian di ruang publik. Adapun tema-tema yang muncul di status para santri sebagai representasi identitas religius adalah pertama, pentingnya belajar tentang ilmu agama, kedua, berpartisipasi aktif dalam kegiatan pondok, dan ketiga adalah mentaati perintah Allah.

Sementara itu, ideologi para santri di media sosial lebih mengarah kepada aswaja (*Ahl al-Sunnah wa 'l-Jamā'ah*). Hal tersebut dikarenakan, status-status para santri sesuai dengan nilai-nilai aswaja, yaitu *tawassuṭ* (moderat), *tawāzun* (berimbang), dan toleransi (*tasāmuḥ*). Dengan kata lain, status-status santri menandakan pemahaman dan pemikiran yang moderat. Tidak ada yang menyinggung isu-isu radikalisme, garis keras yang lainnya. Nilai-nilai yang ditampilkan dalam status santri tersebut lebih mengarah kepada pemahaman

Islam moderat, Islam yang tanpa kekerasan, tapi menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Santri, untuk lebih menyiarkan nilai-nilai Islam melalui facebook, jangan hanya memposting hal-hal yang kurang bermanfaat.
2. Lembaga dalam hal Pondok Pesantren, bahwa penggunaan smartphone, merupakan sebuah kebutuhan buat generasi muda, tentunya dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Oleh karenanya, kebijakan untuk “membolehkan” para santri untuk membawa hape ke pondok, seperti pondok pesantren darul abror, bisa menjadi rujukan.
3. Peneliti lainnya, semoga penelitian bisa menjadi bahan kajian dan referensi untuk kemudian ditindaklanjuti untuk penyempurnaan kajian di masa mendatang. Baik itu dari sisi komunikasi, psikologi, bahkan pendekatan lainnya yang relevan.

## **C. Kata Penutup**

Syukur Al-hamdulillāh kehadiran Allah SWT atas segala ni'mat dan rida yang diberikan kepada diri penulis, sehingga penelitian ini akhirnya dapat diselesaikan.

Penulis juga menyadari betul bahwa dalam tesis ini masih banyak terdapat ketidak-sempurnaan (baik sisi penulisan maupun isi). Namun penulis berharap, semoga hasil sederhana ini dapat bermanfaat bagi lembaga pendidikan Islam lainnya. Dan untuk dapat lebih menyempurnakan hasil karya tesis ini, penulis sangat berharap kritik dan saran yang membangun demi semakin menambah kematangan dan kesempurnaan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Afthonul. *Teori Identitas Sosial*. Yogyakarta: UII Press, 2009.
- Alejandro, Jennifer . “Journalism In The Age Of Social Media Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford, 2010.
- Alfi, Imam dan Umi Halwati, *Pendekatan Pekerjaan Sosial Pada Kenakalan Remaja*. Purwokerto: STAINPress, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Ayun, Primada Qurrota. “Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas” dalam *Jurnal Channel*, Vol. 3, No. 2, Oktober 2015.
- Berger, Arthur Asa. *Pengantar Semiotika Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*, Yogyakarta, Tiara Wacana. 2010.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, kebijakan publik dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Burton, Graeme. *Memperbincangkan Televisi: Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi* Yogyakarta: Jalasutra. 2004.
- Dewi, Murti Candra. “Representasi Pakaian Muslimah Dalam Iklan (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloid Nova)” *Jurnal Komunikasi Profetik* Vol. 06, No. 2, Oktober 2013.
- Dhofier, Zamakhsyari. *Tradisi Pesantren Study tentang Pandangan Hidup Kiyai*. LP3ES, 1980.
- Eriyanti, Fitri. “Dinamika Posisi Identitas Etnis Tionghoa dalam Tinjauan Teori Identitas Sosial“, dalam *Jurnal Demokrasi* Vol. V No. 1 Th. 2006.
- Eriyanto. *Analisis Wacana*. Yoyakarta: Lkis, 2001.
- Farida dan Sari Media Tradisional Vs Media Online (Komunikasi dengan Keunikan Identitas) AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 3, No.1.
- Fikse, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo, 2014.
- Franzia, Elda. Representasi dengan judul Identitas Melalui Komunikasi Visual Dalam Komunitas Palanta, Virtual. “Urang Awak Minangkabau” dalam *Jurnal Panggung* Vol. 25 No. 4, Desember 2015.

- Greenfield, Emily A. & Nadine E Marks, "Religious Social Identity as an Explanatory Factor for Associations Between More Frequent Formal Religious Participation and Psychological Well-Being", *The International Journal For The Psychology Of Religion*. 77. 3. 2007.
- Hadori, Mohamat. "Proses Pembentukan Identitas Santri Pada Remaja Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Situbondo" *Jurnal Lisanul Volume 4, No. 2, Desember 2012*.
- Hall, Stuart. *The Work of Representation. Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publication, 2003.
- Hogg, Michael and Dominic Abrams. *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. London: Routledge, 1988.
- Hogg, Michael A. "A Social Identity Theory of Leadership" *Personality and Social Psychology Review*. Vol. 5, No. 3. 2001.
- Ihsan, Helli, dkk., "Eksplorasi Dimensi Praktik Religius Remaja Muslim Indonesia" *Jurnal Psikologi* Vol. 1, No. 1, April 2017.
- Imron. Pentingnya Religiusitas Bagi Remaja *Jurnal Fakultas Agama Islam* Vol 2. No 2. 2012.
- J. Kerpelman, & White, L. Interpersonal Identity and Social Capital: The Importance of Commitment for Low Income, Rural, African American Adolescents. *Journal of Black Psychology*, Vol. 32, 2006.
- J. Turner, C., & Tajfel, H. The social identity theory of intergroup behavior. *Psychology of intergroup relations*, 1986.
- K. M, Loewenthal. *The Psychology of Religion*. (Oxford: Oneworld Publications., 2008), hal. 4.
- Khasan, Moh. "Perspektif Islam dan Psikologi Tentang Pemaafan *Jurnal at-Taqaddum, Volume 9, Nomor 1, Juli 2017*.
- King, Pamela Ebstyne, Religion and Identity: The Role of Ideological, Social, and Spiritual Contexts, *Applied Developmental Science* 2003, Vol. 7, No. 3, hal. 198.
- Korte, Russell F. "A review of social identity theory with implications for training and development" *Journal of European Industrial Training* Vol. 31 No. 3, 2007, hal. 168.
- Leksono, Sugeng Puji. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* . Malang: Intrans Publishing, 2016.

- Ma'arif, Syamsul. "Pola Hubungan Patron-Client Kiai Dan Santri di Pesantren", dalam Jurnal *Ta'dib*, Vol. XV. No. 02. Edisi, Nopember 2010.
- Madjid, Nurcholish. *Bilik-bilik Pesantren Sebuah Potret Perjalanan*. Jakarta: Paramadina, 1997.
- Mayfield, Antony. [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf).
- Mckinley, Christopher j. Dana Mastro and Katie M. Warber, "Social Identity Theory as a Framework for Understanding the Effects of Exposure to Positive Media Images of Self and Other on Intergroup Outcomes" *International Journal of Communication* 8. 2014.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, 2010.
- Mudjiyanto, Bambang & Emilsyah Nur, "semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa – Pekommas Volume 16 No. 1 – April 2013.
- Muhakamurrohman, Ahmad. "Pesantren: Santri, Kiai, dan Tradisi", dalam *Jurnal Ibda' Jurnal Kebudayaan Islam Vol. 12, No. 2, Juli - Desember 2014*.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Noeng, Mohadjir. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, 2000.
- Oppong, Steward Harrison. Religion and Identity" *American International Journal of Contemporary Research Vol. 3 No. 6; June 2013*.
- P. N, Howard & Parks, M. R. (2012). Social media and political change: Capacity, constraint, and consequence. *Journal of Communication*, 62, 359-362. doi: 10.1111/j.1460- 2466.2012.01626.x, hal. 362.
- Peek, Lori, "Becoming Muslim"The Development of a Religious Identity" dalam *Jurnal Sociology of Religion*. 66:3. 2005.
- Piliang, Yasraf Amir. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra, 2000.
- Power, Kate. "InvestIgatIng RelIgiouS "IdentItY": the PpomIse and Problem of dIscourse Analytic Methods for Religious Studies InquIrIes, FIR 8.1. 2013.

- Sachdeva, Sonya, Religious Identity, Beliefs, and Views about Climate Change, Printed From The Oxford Research Encyclopedia, Climate Science (climatescience.oxfordre.com). (c) Oxford University Press USA, 2016.
- Satria, Wibawa dan Lukman Hakim (ed), *Panduan Optimalisasi Media Sosial*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2014.
- Setiansah, Mite. Smartphonisasi Agama: Transformasi Perilaku Beragama Perempuan Urban di Era Digital” dalam Jurnal Komunikasi Vol. 10, No. 1 Oktober 2015.
- Soehadha, M. *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama*. Yogyakarta: Teras, 2008.
- Sosiawan, Basuki Agus Edwi Arief dan Sigit Tripambudi, “Computer Mediated Communication Situs Jejaring Sosial dan Identitas Diri Remaja” dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 10, Nomor 1, Januari-April 2012*.
- Suaramerdeka.com diakses tanggal 4 Januari 2018.
- Sumber: <http://facebook/ditazafiraayunani> diakses tanggal 11 Januari 2018.
- Sumber: <http://facebook/indahmusyfiyahlestari> diakses tanggal 11 Januari 2018.
- Suparno, Basuki Agus, EdwiArief Sosiawan, dan Sigit Tripambudi, “Computer Mediated Communication Situs Jejaring Sosial dan Identitas Diri Remaja” dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 10, Nomor 1, Januari-April 2012*.
- Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Dinas Pendidikan, 2004.
- Tseng, Jesse. The Work of Representation Stuart Hall dalam [knu.pbworks.com/.../The+Work+of+Representation](http://knu.pbworks.com/.../The+Work+of+Representation) diakses tanggal 10 Januari 2018.
- Turner, J. C & Tajfel, H. The social identity theory of intergroup behavior. *Psychology of intergroup relations*, (1986).
- Wibowo, Indiwani Seto Wahyu. *Semiotika Komunikasi* penerbit. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Zabir, Rifand NL. “Santri dan Nasionalisme” dalam <https://asatoe.net/santri-dan-nasionalisme/?print=pdf>.
- Zinnbauer, Brian J. and Kenneth I. Pargament, “Religiousness And Spirituality” dalam Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park (ed.) *Handbook of the Psychology of Religion and Spirituality*. New York: The Guilford Press, 2005.

Sumber internet

<http://aceh.tribunnews.com/2017/07/25/menyikapi-kebijakan-full-day-school>

<http://facebook/nidanurarifah> diakses tanggal 11 Januari 2018

<http://www.risalahislam.com/2014/04/pengertian-berkah-atau-barokah.html>.

<https://inet.detik.com/>

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-pengguna-medsos>

<https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>

<https://www.facebook.com/notes/albar-kiu-manoppo/hari-santri-nasional-arti-makna-sejarah-dan-latar-belakang/878808992255714/>.

<https://www.facinghistory.org/holocaust-and-human-behavior/chapter-1/religion-and-identity> diakses tanggal 10 Januari 2018.

<https://www.facinghistory.org/holocaust-and-human-behavior/chapter-1/religion-and-identity> diakses tanggal 10 Januari 2018.

<https://www.plukme.com/post/pesantren-laboratorium-kesederhanaan-yang-sesungguhnya>

[www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com), diakses tanggal 20 Desember 2017.

[www.liputan6.com](http://www.liputan6.com), diakses tanggal 20 Desember 2017.

[www.tetrapak.com](http://www.tetrapak.com), diakses tanggal 21 Desember 2017.