P A L A P A
Jurnal Studi Keislaman dan Ilmu Pendidikan

p-ISSN : 2338-2325
e-ISSN : 2540-9697

Terindeks: DOAJ, EBSCO, Dimensions, MIAR, Garuda, Google Scholar, etc

https://doi.org/10.36088/palapa.v14i2.6200

MAKNA HIJRAH DALAM CAPTION INSTAGRAM: ANALISIS DRAMATURGI ANTARA EKSPRESI SPIRITUAL DAN PENCITRAAN DIRI

Helga Juliya, Khairunnisa, Misbah, Desi Erawati
UIN Palangka Raya
heldajuliya2023@gmail.com; khairunnisasaa44@gmail.com

Abstract

This study is motivated by the increasing use of the term *hijrah* in Instagram captions, which indicates a shift in meaning from a personal spiritual concept to a public expression in the digital space. This study aims to analyze how the meaning of *hijrah* is constructed on the Instagram platform and to reveal the relationship between spiritual expression and self-image. This study used a qualitative approach with a descriptive-analytical type. Data were collected through non-participant observation and documentation of Instagram captions containing *hijrah* narratives, and were supported by a literature review of journal articles published in the last five years. The data were analyzed using discourse analysis with Erving Goffman's dramaturgical theory approach to identify front-stage and back-stage representations. The results show that the meaning of *hijrah* in Instagram captions is formed through two main tendencies, namely as a spiritual expression that reflects self-reflection and closeness to God, and as a self-image strategy through impression management in the digital public space. The conclusion of this study emphasizes that *hijrah* on social media is understood not only as a process of religious transformation but also as a social practice involving negotiation between religious values and the need for public recognition. The implications of this study contribute to the development of the sociology of religion, particularly regarding digital religiosity and the representation of religious identity on social media.

Keywords: *Hijrah*; Instagram; Dramaturgy; Spiritual Expression; Self-Image

Jurnal Palapa is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Penelitian ini dimotivasi oleh meningkatnya penggunaan istilah *hijrah* dalam *caption* Instagram yang menunjukkan pergeseran makna dari konsep spiritual yang bersifat pribadi menjadi ekspresi publik di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana makna *hijrah* dibangun dalam platform Instagram serta mengungkap hubungan antara ekspresi spiritual dan citra diri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif-analitis. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif dan dokumentasi *caption* Instagram yang memuat narasi *hijrah*, serta didukung oleh studi literatur dari jurnal yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir. Data dianalisis menggunakan analisis wacana dengan pendekatan teori dramaturgi Erving Goffman untuk mengidentifikasi representasi panggung depan dan panggung belakang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna *hijrah* dalam *caption* Instagram terbentuk dalam dua kecenderungan utama, yaitu sebagai ekspresi spiritual yang mencerminkan refleksi diri dan kedekatan dengan Tuhan, serta sebagai strategi citra diri melalui pengelolaan kesan di ruang publik digital. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa *hijrah* di media sosial tidak hanya dipahami sebagai proses transformasi keagamaan, tetapi juga sebagai praktik sosial yang melibatkan negosiasi antara nilai-nilai keagamaan dan kebutuhan akan pengakuan publik. Implikasi penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi sosiologi agama, khususnya mengenai religiusitas digital dan representasi identitas keagamaan di media sosial.

Kata Kunci: *Hijrah*; Instagram; Dramaturgi; Ekspresi Spiritual; Citra Diri

PENDAHULUAN

Transformasi makna hijrah di era media sosial menunjukkan pergeseran dari praktik spiritual yang privat menuju ekspresi identitas yang performatif di ruang publik digital. Pertumbuhan laman media sosial, khususnya instagram telah mengubah gaya individu mempamerkan jati diri mereka serta prinsip yang mereka junjung. Instagram kini bukan sekedar medium untuk memuat naik foto, malah sudah berubah menjadi satu ruang interaksi yang membenarkan pengguna untuk membina dan menonjolkan diri mereka secara maya. (Prastiti & Taufiq, 2025a). Satu perkara menarik yang dilihat ialah pertambahan penggunaan istilah "hijrah" pada kapsyen Instagram sebagai bahagian dari narasi jati diri keagamaan. Istilah hijrah, yang dalam konteks teologi melukiskan peralihan menuju kehidupan yang lebih baik secara rohani, kini telah meluas maknanya dalam dunia digital, utamanya sebagai simbol identiti Islam di kalangan pengguna media sosial. (Sarkar dkk., 2021). Dalam konteks ini, Instagram menjadi medium penting dalam proses konstruksi identitas religius, di mana individu tidak hanya mengekspresikan nilai spiritual, tetapi juga membentuk citra diri di hadapan audiens publik.(Anjeli & Jamil, 2024).

Instagram kini bukan sekadar medan untuk memuat naik foto, malah sudah berubah menjadi satu ruang ekspresi diri yang kompleks.(Situmorang & Hayati, 2023). Platform ini

berfungsi sebagai "panggung dalam talian" di mana individu secara tekun membina serta memaparkan identiti mereka kepada khalayak menerusi pelbagai strategi dalam komunikasi digital. (Prastiti & Taufiq, 2025a). Pengguna bukan sekadar memajang foto, namun malah membentuk makna lewat tulisan yang melengkapi unggahan. Tulisan adalah wadah vital dalam menyebarkan informasi, nilai, dan identitas sebab mampu memuat bentuk bahasa yang mewakili pemikiran, perasaan, serta latar sosial pengguna. (Putra dkk., 2024). Dalam konteks ini, *caption* berfungsi sebagai teks simbolik yang tidak hanya merepresentasikan pengalaman subjektif individu, tetapi juga menjadi sarana komunikasi publik yang membentuk makna sosial dalam ruang digital. (Aulia & Putri, 2024).

Tren penggunaan istilah hijrah dalam *caption* instagram menunjukkan sebuah pergeseran dari makna spiritual yang bersifat pribadi menuju narasi yang lebih bersifat publik dan performatif. Hal ini sejalan dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana untuk berdakwah serta menyebarluaskan nilai-nilai Islam, di mana konten hijrah dikemas dengan gaya yang menarik untuk menggaet minat audiens yang lebih besar. Dengan demikian, hijrah tidak lagi dianggap sebagai proses yang terjadi dalam diri, melainkan sebagai bagian dari komunikasi sosial yang terbangun secara digital. (Setiawan Meilani Ayu Cyinthia dkk., 2025).

Melalui perspektif sosiologi, fenomena ini bisa ditinjau memakai teori dramaturgi yang dicetuskan oleh Erving Goffman, yang memenadang interaksi sosial sebagai suatu pertunjukan. Platfrom media sosial seperti instagram berperan sebagai panggung utama di mana individu memamerkan citra diri terbaik mereka kepada khalayak ramai. Studi ini menunjukkan bahwa penggguna instagram secara sadar mengatur kesan demi membentuk identitas khusus sesuai dengan yang dikehendaki oleh audiens. Dalam konteks hijrah, *caption* dapat menjadi alat untuk memrelihatkan kesalehan, transformasi diri, atau malah membentuk citra religius tertentu. (Mokos & Salehudin, 2025).

Adanya perbedaan antara *front stage* (apa yang ditampilkan di Instagram) dan *back stage* (kehidupan nyata) menunjukkan bahwa ekspresi hijrah di media sosial tidak selalu merefleksikan kondisi internal secara utuh. Studi tentang penggunaan akun kedua di Instagram mengungkap bahwa individu sering memisahkan identitas publik dan pribadi sebagai bagian dari strategi representasi diri . Hal ini memperkuat asumsi bahwa narasi hijrah dalam caption tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga dapat mengandung dimensi pencitraan diri. Oleh karena itu, fenomena pemakaian istilah hijrah dalam keterangan

instagram menjadi sangat menarik untuk dianalisis lebih dalam, terutama dalam memahami bagaimana makna hijrah dibangun di antara dua kepentingan, sebagai ungkapan spiritual yang sejati dan sebagai taktik untuk membentuk citra diri di dunia maya. (Amelia, 2024a).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi ruang strategis dalam konstruksi identitas diri dan ekspresi keagamaan. Penelitian oleh Setiawan dkk (2025) mengungkap bahwa Instagram digunakan sebagai media dakwah yang efektif dalam menyebarkan narasi hijrah melalui konten yang dikemas secara menarik dan sesuai dengan karakter audiens digital. Strategi komunikasi yang terstruktur dalam konten hijrah mampu memengaruhi pengikut untuk menginternalisasi pesan keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. (Setiawan Meilani Ayu Cyinthia dkk., 2025). Selanjutnya, penelitian Prastiti dan Taufiq (2025) menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai *panggung dramaturgi* di mana individu melakukan *self-branding* dan membangun identitas diri melalui pengelolaan kesan (*impression management*).

Dalam konteks ini, pengguna secara sadar menampilkan citra tertentu agar sesuai dengan ekspektasi sosial audiens. (Prastiti & Taufiq, 2025a). Penelitian lain oleh Mariati dan Salim (2023) menegaskan bahwa Instagram tidak hanya menjadi ruang ekspresi sosial, tetapi juga menjadi medium pembentukan identitas keagamaan. Melalui analisis konten, ditemukan bahwa elemen seperti caption, hashtag, dan visual digunakan untuk menampilkan religiusitas sekaligus membangun persepsi publik terhadap kesalehan individu. (Mariati & Salim, 2023a). Sementara itu, Amelia (2024) dalam penelitiannya tentang penggunaan *second account* menunjukkan adanya pemisahan antara identitas publik (*front stage*) dan identitas privat (*back stage*). Hal ini mengindikasikan bahwa apa yang ditampilkan di Instagram tidak selalu mencerminkan kondisi autentik individu, melainkan hasil konstruksi sosial yang disesuaikan dengan audiens. (Amelia, 2024a). Penelitian Annisa dkk. (2025) juga memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa pengguna Instagram secara strategis membagi ruang ekspresi melalui akun utama dan fitur tertentu (seperti *close friends*) untuk mengelola citra diri dan ekspektasi sosial.

Hal ini menunjukkan adanya praktik dramaturgi digital dalam kehidupan sehari-hari pengguna media sosial, (Annisa dkk., 2025). Selain itu, penelitian Norhidayah dan Surawan (2025) terkait fenomena hijrah di media sosial menunjukkan bahwa hijrah tidak hanya dimaknai sebagai transformasi spiritual, tetapi juga sebagai representasi identitas yang dikomunikasikan secara publik melalui konten digital. Narasi hijrah sering dikemas dalam

bentuk storytelling yang menarik untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. (Norhidayah Siti & Surawan, 2025).

Berdasarkan kajian literatur yang ada, sebagian besar penelitian tentang media sosial dan Instagram masih berfokus pada aspek konstruksi identitas digital dan self-presentation secara umum, terutama melalui pendekatan dramaturgi. Penelitian oleh Saidah dan Trianutami, menunjukkan bahwa pengguna Instagram mengelola identitasnya melalui pemisahan ruang publik dan privat (*front stage* dan *back stage*) sebagai strategi komunikasi diri. (Saidah & Trianutami, 2022). Temuan ini diperkuat oleh Winduwati dan Irena, yang menekankan bahwa pengguna media sosial, khususnya generasi Z, secara aktif memainkan peran sosial yang berbeda sesuai dengan konteks audiens digital . Namun, penelitian-penelitian tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengkaji narasi keagamaan seperti hijrah. (Winduwati Septia & Irena Lydia, 2024). Di sisi lain, penelitian tentang fenomena hijrah di media sosial cenderung berfokus pada konstruksi identitas keagamaan atau gerakan sosial, bukan pada analisis bahasa atau teks yang digunakan. Misalnya, penelitian Rahayu dan Hero, lebih menitikberatkan pada konstruksi identitas komunitas hijrah melalui Instagram sebagai gerakan sosial. (Rahayu & Hero, 2021).

Berdasarkan riset sebelumnya, penelitian ini berusaha menjembatani kekurangan studi yang ada di platfrom Instagram dengan caption hijrah sebagai titik fokus utama dalam memahami pembentukan makna hijrah di platform digital. Berbeda dengan kajian sebelumnya, studi ini menekankan pada analisis bahasa dan narasi sebagai sarana pembentukan makna keagamaan. Dengan mengadopsi pendekatan dramaturgi yang diperkenalkan oleh Erving Goffman, penelitian ini memperlihatkan bahwa hijrah tidak hanya sekadar sebagai bentuk ekspresi spiritual, melainkan juga sebagai taktik untuk membangun citra diri di ruang publik yang bersifat digital. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pembentukan makna hijrah dan hubungan antara nilai-nilai keagamaan serta kebutuhan sosial, sekaligus memberikan sumbangsih bagi kajian sosiologi agama dan komunikasi dalam konteks digital.

METODE

Penelitian ini disebut memakai metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Cara ini dipilih karena fokus penelitian adalah guna memahami serta menafsirkan arti hijrah yang muncul di dalam *caption* Instagram, bukan untuk analisis secara kuantitatif.

Pendekatan kualitatif memberi peluang bagi peneliti untuk mengeksplorasi makna simbolis, konteks sosial, serta proses representasi diri yang dilakukan oleh pengguna platform media sosial. Dalam penelitian ini, analisis dijalankan dengan pandangan teori dramaturgi dari Erving Goffman, yang melihat media sosial sebagai "panggung" di mana individu menampilkan identitas mereka (*front stage*) sekaligus menutupi beberapa bagian dari kehidupan pribadi mereka (*back stage*). Selain itu, pendekatan analisis wacana dipakai untuk meneliti teks caption sebagai sebuah bentuk ekspresi linguistik yang memuat makna ideologis, religius, serta sosial.

Basis informasi pada riset tersebut meliputi data primer dan sekunder. Data primer didapat dari *caption* Instagram yang memuat kata atau narasi "hijrah", dipetik dari akun publik dengan kriteria tertentu seperti memiliki konten religius, memakai tagar yang berhubungan dengan hijrah (misalnya hijrah, pemudahijrah), serta memiliki interaksi yang substansial. Langkah pengumpulan data ditempuh lewat dokumentasi dan observasi yang tidak melibatkan partisipasi terhadap unggahan yang relevan. Sementara itu data sekunder berasal dari berbagai referensi ilmiah, khususnya jurnal-jurnal dalam lima tahun terakhir yang membahas fenomena hijrah, media sosial, dan teori dramaturgi. Pemanfaatan data sekunder ini berguna untuk memperkuat analisis serta memberikan landasan teoritis yang menyeluruh. Lewat cara ini, paduan antara data teks digital (*caption*) dan kajian literatur memberi kesempatan bagi penelitian ini untuk mengungkap secara mendalam bagaimana makna hijrah dibangun di antara aspek spiritual dan pencitraan diri dalam ruang publik digital.

Teknik pengumpulan informasi dalam studi ini dilakukan melalui observa non-partisipatif, dokumentasi, dan tinjauan pustaka. Obseravasi non-partisipatif diterapkan untuk mengamati dengan langsung konten di instagram tanpa ikut berinteraksi dengan subjek yang diteliti. Penelitian melihat unggahan yang mengandung istilah atau narasi "hijrah", khususnya pada bagian keteranganm untuk memahami pola bahasa, tema, dan jenis representasi yang ditunjukan oleh pengguna selanjutnya, prosedur dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan, menuliskan, dan mengarsipkan informasi berupa tangkapan layar atau transkripsi keterangan Instagram yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Data diambil berdasarkan kriteria tertentu, seperti penggunaan tagar (hijrah, pemudahijrah), akun publik, serta tingkat interaksi (likes, komentar) untuk memastikan data tersebut memiliki makna sosial. Di samping itu, tinjauan pustaka digunakan untuk mengumpulkan data sekunder seperti buku, artikel akademis, dan jurnal penelitian dari lima

tahun terakhir yang relevan dengan konsep hijrah, media sosial, dan teori dramaturgi. Teknik-teknik ini bertujuan untuk memperkuat kerangka teoretis serta memberikan konteks akademis dalam menganalisis data utama. Dengan menerapkan ketiga teknik ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan data yang komprehensif dan mendalam mengenai konstruksi makna hijrah dalam keterangan Instagram.

Pendekatan ini yang dipakai dalam studi ini ialah metode sosial-religius yang bersifat fenomenologis. Metode sosial-religius digunakan guna mengkaji hijrah sebagai kejadian di titik temu antara sisi keagamaan dan sosial, sedangkan metode fenomenologis bertujuan memahami makna hijrah lewat pengalaman serta kesadaran baik personal maupun grup dalam masyarakat. Lewat metode ini, kajian tidak sekadar membedah hijrah sebagai sebuah konsep normatif di Islam, melainkan juga selaku gejala sosial yang timbul dalam keseharian modern. Data rujukan pada riset ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer meliputi teks suci krusial, seperti Al-Qur'an dan hadis, yang digunakan untuk menelaah makna perihal hijrah dari sisi normatif serta teologis. Sementara itu, data sekunder berisi aneka ragam bacaan terkait, mencakup jurnal ilmiah, buku, karya tulis akademik, juga konten di media sosial dan tren nyata yang sesuai dengan pola hijrah di masyarakat kini.

Teknik untuk mengumpulkan data yang dipakai adalah penelitian perpustakaan dan dokumentasi. Penelitian perpustakaan dilakukan dengan mempelajari berbagai referensi literatur ilmiah yang relevan dengan topik hijrah, baik dari sudut pandang agama maupun sosial. Teknik dokumentasi diterapkan untuk mengakumulasi data dari berbagai tulisan, termasuk artikel, laporan riset, dan dokumentasi digital dari media sosial yang menggambarkan fenomena hijrah sebagai cara hidup.

Teknik analisis data dalam penelitian ini, konsep dramaturgi digunakan untuk memahami bahwa interaksi sosial di media Instagram merupakan suatu bentuk pertunjukan (*performance*), di mana individu bertindak sebagai aktor yang secara sadar membangun kesan tertentu di hadapan audiens. Melalui perspektif ini, caption Instagram dipandang sebagai bagian dari front stage, yaitu ruang publik tempat individu menampilkan identitas religiusnya, seperti narasi hijrah yang sarat dengan pesan spiritual, motivasi, dan citra kesalehan. Sementara itu, konsep back stage digunakan untuk menganalisis kemungkinan adanya realitas privat yang tidak ditampilkan dalam media sosial, sehingga membuka ruang interpretasi terhadap perbedaan antara identitas yang ditampilkan dan kondisi yang sebenarnya. Dengan

demikian, teori dramaturgi tidak hanya membantu mengidentifikasi pola representasi diri dalam caption, tetapi juga mengungkap bagaimana pengguna Instagram mengelola kesan (*impression management*) dalam mengonstruksi makna hijrah sebagai bagian dari ekspresi spiritual sekaligus pencitraan diri.

Data dianalisis melalui pendekatan dramaturgi dengan mengamati cara pengguna Instagram menunjukkan diri mereka di depan publik (ruang digital terbuka) melalui keterangan yang mencerminkan citra religius tertentu, serta mempertimbangkan kemungkinan adanya aspek yang tidak terlihat dibelakang panggung. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana strategi pengelolaan kesan diterapkan dalam menciptakan narasi hijrah. Pada akhirnya, kesimpulan ditarik secara induktif, yakni merumuskan pola-pola umum mengenai pembentukan makna hijrah dalam keterangan Instagram, apakah lebih banyak berfungsi sebagai ekspresi spiritual yang sahih atau sekadar sebagai cara untuk membentuk citra diri. Dengan metode ini, penelitian dapat mengungkap makna tersembunyi di balik teks serta dinamika sosial yang mendasarinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini bertujuan untuk menyajikan temuan empiris mengenai bagaimana makna hijrah dikonstruksi dalam caption Instagram oleh para pengguna. Secara khusus, bagian ini berfungsi untuk mengungkap bentuk-bentuk representasi hijrah sebagai ekspresi spiritual sekaligus sebagai strategi pencitraan diri di ruang publik digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga bertujuan untuk menunjukkan bagaimana narasi hijrah ditampilkan melalui pola bahasa, gaya komunikasi, serta penggunaan simbol religius dalam caption, sekaligus mengidentifikasi adanya perbedaan antara dimensi front stage (yang ditampilkan) dan back stage (yang bersifat privat) dalam perspektif dramaturgi. Dengan demikian, bagian hasil diharapkan mampu memberikan gambaran konkret mengenai dinamika konstruksi makna hijrah dalam konteks media sosial.

Pada era media sosial saat ini, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi momen visual, tetapi juga menjadi ruang ekspresi nilai, identitas, dan pengalaman spiritual individu. Fenomena hijrah yang semakin marak di kalangan publik figur maupun masyarakat umum turut mempengaruhi cara seseorang membingkai narasi keagamaannya di ruang digital. Melalui caption, pengguna tidak sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga membangun makna, merefleksikan perjalanan batin, serta berinteraksi dengan audiens secara

simbolik. Oleh karena itu, analisis terhadap caption hijrah menjadi penting untuk memahami bagaimana pengalaman religius dikonstruksi, dikomunikasikan, dan diterima dalam konteks media sosial.

Untuk memperkuat analisis mengenai makna hijrah dalam caption Instagram, penelitian ini mengkaji dua contoh akun beserta unggahan dan caption yang merepresentasikan narasi hijrah. Pemilihan contoh dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan konsistensi konten, intensitas penggunaan tema hijrah, serta tingkat interaksi audiens terhadap unggahan tersebut.

Analisis terhadap caption yang diunggah oleh akun Instagram Dewi Sandra dan Yunda Faisyah menunjukkan bahwa narasi hijrah dikonstruksi sebagai pengalaman personal yang sarat makna spiritual sekaligus sebagai representasi identitas di ruang publik digital. Caption yang ditampilkan cenderung menggunakan bahasa reflektif, emosional, dan persuasif, sehingga mampu membangun kedekatan dengan audiens. Dewi Sandra, misalnya, lebih menonjolkan perjalanan hijrah sebagai proses kontemplatif yang penuh dinamika batin, dengan penekanan pada kesadaran diri dan hubungan vertikal dengan Tuhan. Sementara itu, Yunda Faisyah cenderung menghadirkan narasi hijrah yang lebih komunikatif dan relatable, dengan gaya bahasa yang sederhana serta disertai ajakan moral yang mudah dipahami oleh pengikutnya. Kedua akun tersebut sama-sama memanfaatkan caption sebagai ruang "front stage" untuk menampilkan citra religius yang ideal, namun tetap menyisakan indikasi adanya proses "back stage" yang tidak sepenuhnya terekspos ke publik. Dengan demikian, caption hijrah tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi pengalaman, tetapi juga sebagai strategi pembentukan makna dan identitas religius di era media sosial.

Pertama, seperti pada akun Instagram Dewi Sandra yang menampilkan unggahan video dengan di iringi suara Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri yang menjelaskan kisah tentang "Satu Ayat Al-Qur'an yang Mengubah Hidupku", *caption* yang digunakan oleh Dewi Sandra tersebut yang menekankan aspek perjuangan dan kesadaran diri, sehingga hijrah dimaknai sebagai perjalanan batin yang tidak instan. Dalam *caption* tersebut, ia menceritakan pengalaman personalnya ketika menemukan jawaban atas kegelisahan batin melalui satu ayat Al-Qur'an, yaitu QS. Al-Ahzab: 59, yang kemudian menjadi titik balik dalam keputusan berhijrah, khususnya dalam mengenakan hijab. (Dewi Sandra, 2026).



(Potret *caption* di akun Instagram @dewisandra yang membahas tentang tema "Satu ayat bisa mengubah hidup seseorang")

Dari perspektif dramaturgi, *caption* ini dapat dipahami sebagai bentuk *front stage*, di mana individu menampilkan narasi diri yang telah dikonstruksi untuk konsumsi publik. Dewi Sandra menyajikan kisah spiritualnya dengan bahasa yang reflektif, emosional, dan autentik, sehingga membangun kesan kedekatan dengan *audiens*. Penggunaan ungkapan seperti "manusia yang lemah dan bodoh" serta pengakuan atas keterbatasan diri menjadi strategi untuk menampilkan kerendahan hati, yang pada akhirnya memperkuat citra religius yang tulus.

Adapun pada dimensi *back stage*, temuan penelitian menunjukkan bahwa narasi hijrah yang disampaikan tidak muncul secara spontan, melainkan merupakan hasil dari proses internal yang berlangsung secara personal dan tidak sepenuhnya terekspos di ruang publik. Pengalaman yang dikaitkan dengan QS. Al-Ahzab: 59 mengindikasikan adanya fase pencarian makna, pergulatan batin, serta refleksi diri yang mendalam sebelum akhirnya mencapai keputusan untuk berhijrah. Pada ranah ini, individu berada dalam situasi yang lebih privat,

sehingga tidak terikat oleh tuntutan untuk membangun citra tertentu di hadapan audiens. Dengan demikian, caption yang ditampilkan dapat dipahami sebagai representasi yang telah disederhanakan dan dikonstruksi dari pengalaman *back stage* yang lebih kompleks, di mana hanya aspek-aspek tertentu yang dipilih untuk ditampilkan sebagai narasi inspiratif di media sosial.

Kedua, pada akun instagram Yunda Faisyah yang mengunggah video menggunakan caption "Pentingnya Bumbu Cinta dan Taqwa dalam Berdakwah" . Dalam video tersebut, ia menyoroti pengalaman umum seseorang di awal proses hijrah, di mana ajakan kepada keluarga untuk beribadah sering kali tidak efektif apabila tidak diiringi dengan konsistensi dan kualitas ibadah diri sendiri. Melalui narasi yang disampaikan, hijrah dimaknai tidak hanya sebagai perubahan personal, tetapi juga sebagai proses sosial yang melibatkan relasi dengan orang lain. Ajakan seperti "ayo sholat" yang disampaikan tanpa keteladanan dinilai kurang memberikan dampak, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih persuasif, yaitu melalui cinta dan kelembutan. Dalam hal ini, konsep cinta dipadukan dengan nilai ketakwaan sebagai "bumbu" utama yang memperkuat pesan keagamaan, sebagaimana dirujuk dalam QS. Ali 'Imran: 110 tentang pentingnya amar ma'ruf nahi munkar yang dilandasi iman kepada Allah. (Yunda Faisyah, 2024).



(Potret *caption* di akun Instagram @yundafaisyah yang membahas tentang tema "Pentingnya bumbu cinta dan taqwa dalam berdakwah")

Dalam perspektif dramaturgi, unggahan video ini berfungsi sebagai *front stage*, di mana kreator secara sadar menampilkan diri sebagai figur yang tidak hanya telah berhijrah, tetapi juga memiliki otoritas moral untuk menyampaikan pesan keagamaan kepada publik. Penyampaian yang komunikatif dan relatable memperlihatkan strategi pengelolaan kesan (*impression management*), sehingga pesan yang disampaikan terasa dekat dengan pengalaman *audiens*, khususnya generasi muda. Dengan demikian, unggahan ini menunjukkan bahwa makna hijrah di media sosial tidak hanya berfokus pada transformasi individu, tetapi juga pada bagaimana nilai-nilai tersebut dikomunikasikan dan didiseminasikan kepada orang lain. Hijrah kemudian menjadi tidak sekadar pengalaman spiritual personal, melainkan juga bagian dari praktik dakwah yang dikemas secara menarik dan persuasif di ruang digital.

Pada sisi *back stage*, temuan ini memperlihatkan bahwa narasi yang dibangun oleh Yunda Faisyah berakar pada proses pengalaman pribadi yang tidak sederhana, terutama dalam menghadapi dinamika berdakwah di lingkungan terdekat seperti keluarga. Ketidakefektifan ajakan verbal semata, seperti "ayo sholat," mencerminkan adanya pengalaman empiris yang mendorong individu untuk melakukan evaluasi terhadap cara penyampaian pesan keagamaan. Dalam ruang yang lebih privat ini, terjadi proses pembelajaran yang melibatkan refleksi diri, perbaikan kualitas ibadah, serta upaya menyesuaikan pendekatan agar lebih menyentuh secara emosional.

Oleh karena itu, narasi yang kemudian dimunculkan dalam caption dapat dipahami sebagai hasil dari proses seleksi atas pengalaman-pengalaman tersebut. Tidak seluruh dinamika internal ditampilkan, melainkan hanya bagian-bagian yang dianggap representatif dan memiliki nilai inspiratif bagi audiens. Hal ini menunjukkan bahwa konstruksi pesan hijrah di media sosial merupakan hasil dari pengolahan pengalaman personal yang telah disederhanakan, sehingga lebih mudah dipahami dan diterima dalam konteks komunikasi publik.

Analisis Erving Goffman terhadap caption hijrah di plate from instagram

Teori dramaturgi Erving Goffman memiliki relevansi yang kuat dalam menganalisis caption hijrah di Instagram, yakni melalui dua konsep utama: *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang).(Dita & Gustaman, 2025). Pada ranah *front stage*, Instagram menjadi salah satu panggung yang digunakan oleh individu untuk menampilkan diri kepada publik.(Satyanandani dkk., 2023). Dalam konteks fenomena hijrah, banyak pengguna yang

hanya ingin terlihat lebih baik di hadapan orang lain, menjadikan narasi hijrah sebagai konten yang sarat dengan kalkulasi sosial.

Pada dasarnya, hijrah tidak harus dipublikasikan ke media sosial semata karena tuntutan tren. Namun kenyataannya, banyak individu yang menjadikan caption sebagai sarana untuk menampilkan transformasi spiritual mereka, baik secara autentik maupun sebagai strategi pengelolaan kesan. Di sisi lain, *back stage* merujuk pada ruang privat di mana seseorang berjuang dalam proses hijrahnya tanpa diketahui publik di sinilah jati diri yang sesungguhnya berlangsung, tanpa rekayasa citra.

Pemikiran Goffman juga berakar pada aliran interaksionisme simbolik dari tokoh sosiologi klasik George Herbert Mead.(Kuznetsov, 2025). Mead berpendapat bahwa identitas seseorang terbentuk melalui interaksi sosial dan bagaimana ia dipandang oleh orang lain.(Halik, 2024). Fenomena hijrah di media sosial dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara nilai keagamaan dan proses pembentukan identitas diri dalam masyarakat digital. Dengan demikian, proses hijrah ini mencerminkan dinamika simbolik di mana individu secara aktif membangun dan menegosiasikan identitas religius mereka melalui representasi digital yang saling memengaruhi.

Caption Hijrah sebagai Front Stage (Ekspresi Publik)

Hijrah secara etimologis berasal dari bahasa Arab yang berarti meninggalkan, menjauhkan dari dan berpindah tempat. Hijrah diklasifikasikan menjadi dua macam yaitu hijrah maknawiyah (berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain) serta hijrah maknawiyah (mengubah diri menjadi lebih baik untuk lebih dekat kepada Allah dan mendapatkan ridha dari Allah). Hijrah maknawiyah dibedakan menjadi empat yaitu hijrah I'tiqadiyah (hijrah keyakinan), hijrah fikriyah (hijrah pemikiran), hijrah syu'uriyyah (perubahan seseorang dilihat dari penampilannya) serta hijrah sulukiyyah (hijrah tingkah laku atau kepribadian). (Muna, 2020).

Keberadaan media sosial (medsos) telah mempengaruhi kehidupan keagamaan para artis. Hal ini disebabkan keberadaan medsos dapat menyampaikan pesan dengan cepat dan tidak dibatasi oleh tempat dan waktu. Selain dapat menampilkan pesan tertulis, media sosial juga dapat digunakan untuk mengunggah video, atau siaran langsung. Hal yang menarik dari media sosial adalah juga dapat menyapa pemirsa sekaligus berinteraksi secara langsung atau melalui kolom komentar. Fasilitas tersebut sengaja ditawarkan oleh media sosial seperti Facebook, Youtube, Instagram dan lainnya untuk memanjakan pengguna sekaligus

meningkatkan daya tarik layanan mereka.Penggunaan medsos di sebagian kalangan artis Indonesia dalam mengkespresikan kehidupan keagamaaannya dapat kita lihat dalam beberap kasus, sebagai berikut. (Mujrimin dkk., 2022).

Dalam perspektif dramaturgi, caption Instagram dapat dipahami sebagai *front stage*, yaitu ruang di mana individu menampilkan diri mereka di hadapan publik. Pada bagian ini, pengguna secara sadar menyusun kata-kata yang merepresentasikan identitas diri yang ingin ditampilkan, termasuk dalam konteks "hijrah". Caption tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap unggahan, tetapi juga menjadi media utama untuk menyampaikan pesan spiritual, nilai-nilai religius, serta narasi perubahan diri. Melalui caption, individu cenderung menampilkan citra diri yang ideal, seperti kesalehan, kedekatan dengan Tuhan, atau komitmen terhadap perubahan ke arah yang lebih baik. Bahasa yang digunakan sering kali dikemas secara reflektif, inspiratif, bahkan persuasif, sehingga dapat menarik perhatian dan membangun kesan positif di mata audiens. Dalam hal ini, caption menjadi strategi komunikasi yang tidak hanya mencerminkan ekspresi spiritual, tetapi juga berpotensi menjadi sarana pencitraan diri. (Azhari & Khairussalam, 2024).

Setelah dianalisis dari perspektif dramaturgi, narasi yang ditampilkan dalam caption tersebut tidak hanya dapat dipahami sebagai strategi presentasi diri di front stage, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai teologis dalam ajaran Islam. Hal ini selaras dengan Surah Al-Baqarah ayat 218

اِنَّ الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا وَالَّذِيْنَ هَاجَرُوْا وَجٰهَدُوْا فِيْ سَبِيْلِ اللّٰهِۙ اُولٰۤىِٕكَ يَرْجُوْنَ رَحْمَتَ اللّٰهِۗ وَاللّٰهُ غَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ ٢١٨

Artinya: *"Sesungguhnya orang-orang yang beriman serta orang-orang yang berhijrah dan berjihad di jalan Allah, mereka itu mengharapkan rahmat Allah. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang."*

Ayat tersebut yang menegaskan bahwa orang-orang yang beriman, berhijrah, dan bersungguh-sungguh di jalan Allah senantiasa mengharapkan rahmat-Nya. Ayat ini menunjukkan bahwa perjalanan spiritual seorang Muslim senantiasa diiringi oleh kesadaran akan keterbatasan diri, usaha yang berkelanjutan, serta harapan yang tulus kepada Allah. Dengan demikian, ungkapan kerendahan hati yang muncul dalam caption tersebut tidak hanya berfungsi sebagai bagian dari konstruksi citra di hadapan audiens, tetapi juga merepresentasikan internalisasi nilai-nilai keimanan yang berakar pada Al-Qur'an.

Membulatkan paradigma dan persepsi yang benar dalam melaksanakan syariat agama dibutuhkan pemahaman mendasar terhadap satu konsep (hakikat sesuatu) untuk menjamin

keyakinan mutlak terhadap prilaku syariat yang di implementasikan. Sehingga dalam setiap kasus secara menyeluruh telah digambarkan baik secara terang-terangan atau secara tersirat didalam al-Qur'an termasuk hakikat hijrah. Al-Qur'an surat al-baqarah ayat 128 menyebutkan "وَالَّذِيْنَ هَاجَرُوْا" lafadz hajaru pada ayat kalimat ini adalah bentuk jama' bihazfi annun dari kata hajara yang bermakna bermigrasi (hijrah), secara bahasa diapahami bahwa orang yang hijrah adalah orang yang berpindah baik berpindah secara jasmani atau rohani. Karena itu, mayoritas mufassir mendefenisikan berhijrah dengan meningalkan sesuatu kepada sesuatu baik berpindah dengan maksud pergi dan tinggal atau dengan maksud lain pergi dan menghindari hal tertentu. (Kusnadi & Hawirah, 2023).

Makna Hijrah sebagai Back Stage: Realitas Privat di Balik Representasi Digital

Makna hijrah sebagai back stage dalam perspektif dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman merujuk pada dimensi realitas privat yang tersembunyi di balik representasi publik yang ditampilkan individu di media sosial. Dalam konteks ini, hijrah tidak hanya dipahami sebagai narasi yang telah tersusun rapi dan inspiratif di ruang publik (front stage), melainkan sebagai proses batiniah yang kompleks, penuh dengan keraguan, konflik internal, serta pencarian makna yang berlangsung secara personal. Apa yang ditampilkan kepada audiens merupakan hasil konstruksi yang telah melalui seleksi dan penyesuaian, sehingga sering kali menyederhanakan dinamika pengalaman spiritual yang sebenarnya jauh lebih mendalam. (Amelia, 2024a).

Dalam ilustrasi pengalaman Dewi Sandra, narasi yang disampaikan melalui caption Instagram memperlihatkan kisah hijrah yang tampak linear dan penuh makna, khususnya ketika ia menemukan jawaban atas kegelisahan batinnya melalui QS. Al-Ahzab: 59. Namun, apabila dianalisis sebagai back stage, pengalaman tersebut sesungguhnya mengandung pergulatan batin yang tidak sepenuhnya terekspos, seperti keraguan dalam memahami Al-Qur'an, resistensi terhadap perubahan, serta proses refleksi diri yang berlangsung secara bertahap. Narasi "satu ayat mengubah hidup" dapat dipahami sebagai simbolisasi dari titik balik, tetapi bukan berarti proses hijrah terjadi secara instan; sebaliknya, ia merupakan hasil akumulasi pengalaman spiritual dan interaksi dengan berbagai faktor internal maupun eksternal.

Pada konteks akun Instagram Dewi Sandra, back stage dapat dipahami sebagai wilayah pengalaman batiniah yang tidak sepenuhnya terepresentasikan dalam caption maupun unggahan visual. Hijrah yang disampaikan kepada publik cenderung telah melalui proses seleksi, penyederhanaan, dan estetisasi makna, sehingga menghadirkan kesan perjalanan spiritual yang terstruktur dan inspiratif. Namun demikian, di balik caption tersebut terdapat realitas yang lebih kompleks, berupa pergulatan eksistensial, dinamika emosi, serta proses refleksi diri yang berlangsung secara personal dan tidak selalu linier sebagaimana yang tampak di ruang digital.

Pengalaman hijrah yang ditampilkan oleh Dewi Sandra melalui kisah "satu ayat yang mengubah hidup" secara analitis tidak dapat dilepaskan dari dimensi back stage yang menyimpan proses internal yang panjang. Transformasi religius tersebut pada hakikatnya merupakan akumulasi dari berbagai fase mulai dari kegelisahan batin, pencarian makna, hingga negosiasi identitas diri yang tidak seluruhnya dikomunikasikan kepada audiens. Dalam kerangka ini, back stage menjadi ruang di mana individu berhadapan dengan keraguan, ketidakkonsistenan, serta tantangan dalam mengimplementasikan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, apa yang tampak sebagai "titik balik" dalam narasi publik sejatinya merupakan representasi simbolik dari proses yang jauh lebih gradual dan multidimensional.

Selain itu, dimensi back stage juga memperlihatkan adanya strategi implisit dalam pengelolaan kesan (impression management), di mana aspek-aspek tertentu dari pengalaman spiritual disembunyikan atau tidak ditampilkan demi menjaga koherensi citra religius di hadapan publik. (Tiara, 2021). Dalam konteks ini, ekspresi kerendahan hati yang muncul dalam caption tidak hanya dapat dibaca sebagai refleksi autentik, tetapi juga sebagai bagian dari konstruksi identitas yang disesuaikan dengan ekspektasi audiens digital. Oleh karena itu, analisis back stage terhadap akun Instagram Dewi Sandra menegaskan bahwa hijrah bukan semata-mata fenomena yang dapat dipahami dari representasi publiknya, melainkan sebuah proses internal yang sarat dengan kompleksitas psikologis dan spiritual yang justru menjadi fondasi utama dari keautentikan transformasi tersebut.

Dimensi back stage pada akun Instagram Yunda Faisyah merujuk pada proses internal yang melandasi narasi dakwah yang ditampilkan di ruang publik. Meskipun pada front stage ia menghadirkan pesan yang komunikatif dan persuasif seperti pentingnya "bumbu cinta dan takwa" dalam berdakwah namun pada wilayah back stage terdapat

dinamika batiniah yang tidak sepenuhnya terekspos. Proses tersebut mencakup upaya personal dalam meningkatkan kualitas ibadah, membangun konsistensi spiritual, serta merefleksikan pengalaman kegagalan atau ketidakefektifan dalam menyampaikan ajakan religius kepada orang terdekat. Dengan demikian, pesan yang tampak sederhana di ruang publik sejatinya berakar pada pengalaman reflektif yang kompleks di ranah privat.

Back stage dari akun Yunda Faisyah juga memperlihatkan adanya proses pembelajaran sosial-keagamaan yang berkelanjutan. Caption tentang dakwah yang harus dilandasi cinta tidak muncul secara instan, melainkan melalui pengalaman empiris yang melibatkan interaksi dengan lingkungan sosial, termasuk respons keluarga atau audiens yang tidak selalu sesuai harapan. Dalam konteks ini, individu mengalami negosiasi antara idealitas ajaran agama dengan realitas sosial yang dihadapi, sehingga melahirkan kesadaran bahwa pendekatan normatif semata tidak cukup efektif tanpa disertai keteladanan dan empati. Proses ini menegaskan bahwa back stage menjadi ruang pembentukan makna yang otentik, di mana nilai-nilai keagamaan diinternalisasi secara gradual sebelum kemudian dikomunikasikan ke publik.

Selain itu, analisis back stage menunjukkan bahwa konstruksi citra sebagai figur yang inspiratif dan relatable di front stage tidak terlepas dari strategi pengelolaan kesan (impression management). Aspek-aspek seperti keraguan diri, inkonsistensi praktik ibadah, atau pengalaman kegagalan dalam berdakwah cenderung tidak ditampilkan secara eksplisit, namun justru menjadi fondasi penting dalam membangun kedalaman pesan yang disampaikan. (Mushoffah, 2024). Oleh karena itu, back stage pada akun Yunda Faisyah dapat dipahami sebagai ruang privat yang memuat proses kontemplatif, evaluatif, dan transformasional, yang pada akhirnya menentukan kualitas serta kredibilitas narasi hijrah yang ditampilkan di ruang digital.

Kedua, perbandingan dengan studi-studi sebelumnya menunjukkan konsistensi yang signifikan. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Prastiti dan Taufiq (2025) yang menegaskan bahwa Instagram berfungsi sebagai panggung dramaturgi di mana individu melakukan self-branding dan membangun identitas melalui pengelolaan kesan. (Prastiti & Taufiq, 2025b) Senada dengan itu, penelitian Mariati dan Salim (2023) menemukan bahwa elemen caption, hashtag, dan visual digunakan secara bersama-sama untuk menampilkan religiusitas sekaligus membangun persepsi publik terhadap kesalehan individu. (Mariati & Salim, 2023b). Penelitian Amelia (2024) tentang penggunaan second account juga

memperkuat temuan bahwa terdapat pemisahan antara identitas publik (front stage) dan identitas privat (back stage), yang mengindikasikan bahwa apa yang ditampilkan di Instagram tidak selalu mencerminkan kondisi autentik individu. Perbedaan yang ditemukan dalam penelitian ini terletak pada spesifikasi objek kajian, yakni narasi hijrah sebagai teks keagamaan, yang menambahkan dimensi teologis dalam analisis dramaturgi sehingga memperkaya perspektif yang selama ini lebih bersifat sosiologis-komunikasi semata. (Amelia, 2024b).

Ketiga, implikasi dari temuan penelitian ini mencakup dua aspek, yaitu teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian sosiologi agama dengan memperlihatkan bahwa teori dramaturgi Goffman relevan tidak hanya untuk menganalisis presentasi diri secara umum, tetapi juga dapat diterapkan secara khusus dalam membedah konstruksi identitas keagamaan di ruang digital. Penelitian ini membuka peluang integrasi antara teori interaksionisme simbolik, analisis wacana, dan studi religiusitas digital sebagai kerangka analitik yang lebih komprehensif. Secara praktis, temuan ini penting bagi para pendidik, da'i, serta pembuat kebijakan untuk memahami bahwa ekspresi keagamaan di media sosial tidak selalu mencerminkan kondisi spiritual yang sesungguhnya, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih kritis dalam membaca konten hijrah di platform digital. Bagi para pengguna media sosial, temuan ini juga menjadi pengingat agar proses hijrah tetap dilandasi oleh keikhlasan yang autentik, bukan semata-mata sebagai strategi membangun citra diri.

Keempat, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, sampel penelitian terbatas pada dua akun Instagram, yaitu Dewi Sandra dan Yunda Faisyah, sehingga generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas perlu dilakukan dengan kehati-hatian. Kedua, metode observasi non-partisipatif dan analisis wacana yang digunakan tidak memungkinkan peneliti untuk mengakses dimensi back stage secara langsung, sehingga analisis terhadap realitas privat bersifat inferensial berdasarkan teks yang tersedia. Ketiga, penelitian ini menggunakan data sekunder berupa jurnal dari lima tahun terakhir yang mungkin belum sepenuhnya mencakup perkembangan terbaru dalam kajian religiusitas digital dan penggunaan media sosial. Keterbatasan-keterbatasan ini membuka ruang bagi penelitian lanjutan yang menggunakan metode yang lebih mendalam, seperti wawancara mendalam dengan pengguna akun atau analisis konten kuantitatif yang mencakup sampel yang lebih besar dan beragam.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa makna hijrah dalam caption Instagram telah mengalami transformasi dari praktik spiritual yang bersifat privat menjadi ekspresi religius yang tampil di ruang publik digital. Caption tidak hanya berfungsi sebagai media refleksi diri, tetapi juga sebagai sarana representasi simbolik dalam membentuk identitas keagamaan di hadapan audiens. Melalui perspektif dramaturgi, Instagram dapat dipahami sebagai front stage tempat individu mengonstruksi dan menampilkan citra religius secara selektif dan terkurasi. Dengan demikian, fenomena hijrah di media sosial memperlihatkan adanya dialektika antara keautentikan pengalaman spiritual dan strategi pencitraan diri yang disesuaikan dengan ekspektasi sosial.

Sementara itu, dimensi back stage mengungkap bahwa proses hijrah yang sesungguhnya bersifat kompleks, bertahap, dan tidak sepenuhnya terepresentasikan dalam narasi publik. Proses tersebut mencakup pergulatan batin, refleksi diri, serta dinamika internal yang sering kali disederhanakan dalam bentuk caption yang inspiratif. Hal ini menunjukkan adanya praktik pengelolaan kesan dalam konstruksi identitas religius di media sosial, sehingga makna hijrah tidak dapat dipahami secara tunggal. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih kritis dan komprehensif dalam mengkaji religiusitas digital, serta pengembangan penelitian lanjutan dengan metode yang lebih mendalam agar mampu menangkap pengalaman subjektif secara lebih utuh.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah sampel yang terbatas pada beberapa akun Instagram menyebabkan temuan penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas terhadap seluruh pengguna media sosial. Kedua, metode observasi non-partisipatif dan analisis wacana yang digunakan hanya berfokus pada teks caption, sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk mengakses secara langsung pengalaman subjektif pengguna pada dimensi back stage. Ketiga, penelitian ini tidak melibatkan wawancara mendalam, sehingga interpretasi terhadap makna hijrah masih bersifat inferensial berdasarkan representasi yang ditampilkan di ruang publik digital. Selain itu, keterbatasan juga terletak pada fokus platform yang hanya pada Instagram, sehingga belum mencakup dinamika religiusitas digital di platform lain seperti TikTok atau YouTube. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan yang lebih komprehensif, seperti metode campuran (mixed methods) atau wawancara mendalam, serta

memperluas objek penelitian agar dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai fenomena hijrah di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, C. (2024). Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah. *Jurnal Audiens, 5*(4), 591–606. https://doi.org/10.18196/jas.v5i4.486

Anjeli, S. P., & Jamil, K. (2024). Kontruksi Identitas Diri Remaja Penggunaan Media Sosial Instagram: Studi Fenomenologi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 6*(6), 3176–3186. https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i6.2566

Aulia, F., & Putri, K. Y. S. (2024). Use of Instagram as a medium for adolescence self-identity construction. *International Journal of Media and Communication Research, 5*(1), 33–43. https://doi.org/10.25299/ijmcr.v5i1.15007

Azhari, M., & Khairussalam. (2024). Self-Presenting pada Instagram dalam Perspektif Dramaturgi di Kalangan Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat. *Huma: Jurnal Sosiologi, 3*(1), 64–76. https://doi.org/10.20527/h-js.v3i1.207

Dita, T. Z. P., & Gustaman, F. A. (2025). Dramaturgi dalam Fenomena Curhat di Instagram Mahasiswa FISIP UNNES. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya, 14*(3), 360–368. https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v14i3.3150

Halik, H. (2024). Pendidikan sebagai Arena Simbolik: Telaah Konseptual Interaksionisme Simbolik George H. Mead. *Jurnal Ilmiah Guru Madrasah, 3*(1), 27–41. https://doi.org/10.69548/jigm.v3i1.6

Kusnadi, & Hawirah. (2023). Analisis Hijrah Qur'any dalam Surat Al-Baqarah Ayat 218. *Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, 8*(1). https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/3985873

Kuznetsov, M. Y. (2025). Erving Goffman's enduring legacy in social interaction studies. *ACC Journal, 31*(3), 91–105. https://doi.org/10.2478/acc-2025-0017

Mariati, M., & Salim, L. (2023). Dramaturgi Instagram dan Perilaku Sosial Keagamaan Mahasiswa. *Socio Religia, 4*(2). https://doi.org/10.24042/sr.v4i2.20557

Mokos, I. E., & Salehudin. (2025). Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4*(3), 638–649. https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4690

Mujrimin, B., Istiani, N., & Aziz, M. (2022). Konfigurasi Ekspresi Keagamaan Artis di Media Sosial. *POROS ONIM: Jurnal Sosial Keagamaan, 3*(1), 50–63. https://doi.org/10.53491/porosonim.v3i1.272

Muna, A. A. (2020). Ekspresi Keberagamaan Selebriti Hijrah: Sebuah Bentuk 'Accomodating Protest' dan Ekonomi-Politik dari 'Public Piety'. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner, 5*(1), 1–16. https://doi.org/10.14421/jkii.v5i1.1134

Mushoffah. (2024). Mengidentifikasikan dan Mengatasi Hambatan Psikologis yang Dapat Menghalangi Penerimaan Pesan Dakwah. *Jurnal Studi Pendidikan Dasar, 2*(2), 205–214. https://doi.org/10.54180/jsped.v2i2.315

Norhidayah, S., & Surawan. (2025). Hijrah dan Transformasi Diri: Representasi Makna Spiritual dalam Konten TikTok dengan Tagar #Kisahhijrah. *Millatuna: Jurnal Studi Islam, 2*(3), 111–127. https://doi.org/10.33752/mjsi.v2i03.9082

Nurmala, N., & Setiawan, R. (2023). Fenomena Dramaturgi dan Konstruksi Citra Diri Pengguna Second Account Instagram pada Kalangan Mahasiswa FKIP Untirta. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi, 6*(1), 345–356. https://doi.org/10.33627/es.v6i1.1336

Prastiti, J. P., & Taufiq, A. (2025). Self-branding in Instagram as a dramaturgical stage: A sociological perspective. *Jurnal Sains Sosio Humaniora, 9*(1), 76–90. https://doi.org/10.22437/jssh.v9i1.39610

Putra, A. S., Alyani, E., Melyana, M., & Sari, S. W. (2024). An analysis of semantic meaning found in TED Talks Instagram caption. *Kontribusia: Research Dissemination for Community Development, 7*(2), 104–114. https://doi.org/10.30587/kontribusia.v7i2.8068

Rahayu, T. E., & Hero, E. (2021). Kontruksi Identitas Sosial "Muslimah Motivations Riau" dalam Gerakan Hijrah melalui Instagram. *Medium, 9*(2), 185–200. https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).7844

Rahmadiani, A. P., Rohimah, I., Ramadhani, N. A. F., Hidayat, H., Hufad, A., & Achdiani, Y. (2025). Privasi atau Manipulasi? Dramaturgi Instagram dalam Fenomena Second Account dan Close Friends. *Jurnal Paradigma: Journal of Sociology Research and Education, 6*(1), 596–604. https://doi.org/10.53682/jpjsre.v6i1.11608

Sabrina, U. N., & Hayati, K. (2025). Interaksi Sosial Mahasiswa Generasi Z di Instagram: Analisis Dramaturgi. *Jurnal Manajemen Pendidikan, 13*(2), 540–547. https://doi.org/10.33751/jmp.v13i2.12882

Saidah, M., & Trianutami, H. (2022). Dramaturgy in identity formation on social media: A study on second account ownership on Instagram. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi, 14*(2), 267–278. https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v14i2.2819

Sarkar, M. T., Nurnisya, F., Nurjanah, A., & Hifziati, L. (2021). Hijrah and the articulation of Islamic identity of Indonesian millenials on Instagram. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 37*(2), 154–170. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-10

Satyanandani, K. A., Palupi, M. F. T., & Romadhan, M. I. (2023). Citra Diri Virtual pada Pengguna Instagram: Studi Dramaturgi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. *Representamen, 9*(1), 87–97. https://doi.org/10.30996/representamen.v9i01.7446

Setiawan, C. A. M., Fardiah, D., & Safrudin, I. (2025). Komunikasi Dakwah dalam Kampanye Hijrah di Media Sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Komunikasi, 3*(2), 111–120. https://doi.org/10.29313/jikom.v3i2.6325

Setiawati, M. (2023). Fenomena Minat Hijrah melalui Media Sosial Instagram: Studi Kasus pada Followers @Xbank.Indonesia. *GANDIWA Jurnal Komunikasi, 3*(1), 15–20. https://doi.org/10.30998/g.v3i1.1852

Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara, 9*(1), 111–118. https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118

Tiara, G. (2021). Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreator di Media Sosial Instagram. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 6*(3), 14–24. https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v6i3.1521

Winduwati, S., & Irena, L. (2024). Dramaturgy and the phenomenon of Instagram multi-account usage among Gen Z in Bali. *Jurnal Komunikasi, 16*(2). https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/32190