

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@MAGDALENEID TERHADAP DUKUNGAN KESETARAAN GENDER
(Studi Korelasi pada Pengikut Akun instagram @Magdalenid)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi



Oleh
KAKA MAULADI
2108763

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**Kaka Mauladi****PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@MAGDALENEID TERHADAP DUKUNGAN KESETARAAN GENDER
(Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @Magdalenid)****Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:****Pembimbing I,****Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si.****NIP. 196604251992032002****Pembimbing II,****Dr. Wina Nurhavati Praja, M.Pd.****NIP. 920200119890324201****Mengetahui,****Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI****Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.****NIP. 198507172014041001**

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@MAGDALENEID TERHADAP DUKUNGAN KESETARAAN GENDER
(Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @Magdalenid)**

Oleh
Kaka Mauladi

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Kaka Mauladi
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, fotocopy, atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan lembar pernyataan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @MAGDALENEID TERHADAP DUKUNGAN KESETARAN GENDER (Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @magdaleneid)” beserta seluruh isinya adalah hasil dari pemikiran serta karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku. Saya siap menerima segala risiko atau sanksi di kemudian hari jika ditemukan pelanggaran etika ilmiah atau klaim dari pihak lain mengenai keaslian karya saya ini.

Bandung, 28 Juli 2025

Penulis,



Kaka Mauladi

NIM 2108763

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala berkat serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Magdaleneid Terhadap Dukungan Kesetaraan Gender (Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @Magdaleneid)” yang mana skripsi ini adalah hasil dari upaya dan dedikasi yang tidak terputus dalam proses penelitian yang telah dilakukan.

Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi setelah menyelesaikan program pendidikan S1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis menyadari bahwa segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini tidak dapat terlepas dalam diri penulis sendiri, maka karena itu, segala kritik dan saran yang konstruktif serta masukan yang membangun dari para pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan di masa depan. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi, serta bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, 28 Juli 2025



Kaka Mauladi
NIM 2108763

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama proses menyelesaikan skripsi “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Magdaleneid Terhadap Dukungan Kesetaraan Gender (studi korelasi pada pengikut akun instagram @magdaleneid)”, penulis menyadari banyaknya hambatan dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas ridho dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Didi Sukyadi, M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) periode 2025-2030 bersama jajarannya.
3. Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.H., S.I.P., S.A.P., S.Pd., M.Si., M.H. CPM., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) bersama jajarannya.
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi bersama jajarannya.
5. Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si., selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan arahan, masukan, saran dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Wina Nurhayati Praja, M.Pd., selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan, masukan, saran dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Orang tua saya tercinta dan tersayang, yaitu ibu Hani Hanipah dan bapa Endang Muslih, yang selalu memberikan dukungan dan do’a yang tiada henti.
8. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan dukungan tiada henti.
9. Rekan-rekan bismillah S.Ikom, Wahyu, Arip, Ziyad, Bani, Syahid, dan Aqil, yang selalu kebersamai dan menghibur penulis.
10. Rekan-rekan Pemuda Berbahaya, Jon, Eja, Kiki, Ebik, Iki, Mangway, Dzira, Adun, Hilman yang selalu menghibur dan kebersamai penulis.

Bandung, 28 Juli 2025



Kaka Mauladi
NIM 2108763

**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Magdaleneid Terhadap
Dukungan Kesetaraan Gender
(Studi Korelasi pada Pengikut Akun instagram @Magdalenid)**

ABSTRAK

Kesetaraan gender merupakan isu sosial yang terus diperjuangkan, khususnya di ruang digital seperti media sosial. Instagram menjadi salah satu platform yang digunakan oleh media alternatif seperti @magdaleneid untuk menyuarakan nilai-nilai kesetaraan gender kepada publik. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami bagaimana penggunaan media sosial dapat membentuk dukungan terhadap isu kesetaraan gender. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun Instagram @magdaleneid terhadap dukungan kesetaraan gender pada pengikutnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner terhadap 400 responden pengikut aktif akun tersebut. Teknik analisis data menggunakan korelasi *Pearson* dan regresi linier berganda. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki hubungan yang signifikan terhadap dukungan kesetaraan gender, yaitu: mencari informasi ($r = 0,713$), membangun identitas pribadi ($r = 0,624$), interaksi sosial ($r = 0,424$), dan mendapatkan hiburan ($r = 0,401$). Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai R^2 sebesar 0,617, artinya 61,7% variasi dukungan kesetaraan gender dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut. Secara parsial, variabel "mencari informasi" memiliki pengaruh paling dominan ($\beta = 0,922$), diikuti oleh "membangun identitas pribadi" ($\beta = 0,773$), "mendapatkan hiburan" ($\beta = 0,504$), dan "interaksi sosial" ($\beta = 0,293$). Hasil ini mendukung teori *Uses and Gratifications*, bahwa individu menggunakan media sosial sesuai kebutuhan tertentu, yang dalam konteks ini, berkontribusi pada kesadaran dan dukungan terhadap kesetaraan gender.

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial, Instagram, Kesetaraan Gender, *uses and gratifications*

***The Effect of Using Instagram Social Media @Magdaleneid on Gender Equality Support
(Correlation Study on Followers of @magdalenid Instagram Account)***

ABSTRACT

Gender equality is a social issue that continues to be fought for, especially in digital spaces such as social media. Instagram has become one of the platforms used by alternative media such as @magdaleneid to voice the values of gender equality to the public. This study was motivated by the importance of understanding how the use of social media can shape support for gender equality issues. This study aims to determine the influence of the use of the Instagram account @magdaleneid on support for gender equality among its followers. The study employs a quantitative approach using a survey method with a questionnaire administered to 400 active followers of the account. Data analysis techniques include Pearson correlation and multiple linear regression. The correlation test results show that all independent variables have a significant relationship with gender equality support, namely: seeking information ($r = 0.713$), building personal identity ($r = 0.624$), social interaction ($r = 0.424$), and getting entertainment ($r = 0.401$). The multiple linear regression test shows that all independent variables simultaneously affect the dependent variable with an R^2 value of 0.617, meaning that 61.7% of the variation in gender equality support can be explained by these four variables. Partially, the variable "seeking information" has the most dominant influence ($\beta = 0.922$), followed by "building personal identity" ($\beta = 0.773$), "getting entertainment" ($\beta = 0.504$), and "social interaction" ($\beta = 0.293$). These results support the Uses and Gratifications theory, that individuals use social media according to specific needs, which in this context, contribute to awareness and support for gender equality.

Keywords: Social Media Use, Instagram, Gender Equality, uses and gratifications

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Media	12
2.1.1 Pengertian Media.....	12
2.1.2 Media Massa dan Komunikasi Massa	12
2.1.3 Media Digital	14
2.1.4 Media Sosial.....	15
2.1.5 Penggunaan Akun Instagram @magdaleneid	16
2.1.6 Konten Instagram @magdaleneid	17
2.2 Gender dan Kesetaraan Gender.....	20
2.2.1 Gender	20
2.2.2 Kesetaraan Gender	20
2.3 Dukungan Kesetaraan Gender	21
2.4 Teori <i>Uses and Gratification</i>	23
2.4.1 Definisi	23
2.4.2 Asumsi	25
2.4.3 Keterkaitan Teori dengan Penelitian	26
2.5 Penelitian Terdahulu	27
2.6 Kerangka Berpikir.....	38

2.7 Paradigma Penelitian	40
2.8 Hipotesis Penelitian	41
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Partisipan	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Sampel	46
3.4. Instrumen Penelitian	47
3.4.1 Kuesioner	47
3.4.2 Studi Kepustakaan	48
3.4.3 Skala Pengukuran.....	49
3.5. Operasional Penelitian	49
3.6. Pengujian Instrumen.....	62
3.6.1 Uji Validitas	63
3.6.2 Uji Reliabilitas	65
3.7 Prosedur Penelitian	67
3.8 Teknik Analisis Data	67
3.8.1 Analisis Data Deskriptif	67
3.9 Uji Asumsi Klasik	68
3.9.1 Uji Normalitas	69
3.9.2 Uji Multikolinearitas	69
3.9.3 Uji Heterokedastisitas	70
3.10 Uji Hipotesis.....	70
3.10.1 Uji Korelasi.....	70
3.10.2 Uji Regresi Linier Berganda	72
3.10.3 Uji Simultan (Uji F).....	73
3.10.4 Uji Parsial (Uji T)	73
3.10.5 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R ²	74
BAB IV	75
HASIL DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Karakteristik Akun Instagram @Magdaleneid.....	75
4.2 Karakteristik Responden.....	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.3 Analisis Deskriptif.....	77

4.3.1 Analisis Deskripsi Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Mencari Informasi	78
4.3.2 Distribusi Frekuensi dari Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Mencari Informasi	79
4.3.3 Analisis Deskripsi Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Membangun Identitas Pribadi	80
4.3.4 Distribusi Frekuensi dari Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Membangun Identitas Pribadi	81
4.3.5 Analisis Deskripsi Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Interaksi Sosial	82
4.3.6 Distribusi Frekuensi dari Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Interaksi Sosial	83
4.3.7 Analisis Deskripsi Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Mendapatkan Hiburan	84
4.3.8 Distribusi Frekuensi dari Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Mendapatkan Hiburan	85
4.3.9 Analisis Deskripsi Dukungan Kesetaraan Gender	86
4.3.10 Distribusi Frekuensi dari Dukungan Kesetaraan Gender	87
4.4 Uji Asumsi Klasik	87
4.4.1 Uji Normalitas	89
4.4.2 Uji Multikolinearitas	90
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	90
4.5 Uji Hipotesis	91
4.5.1 Uji Korelasi	91
4.5.2 Uji Regresi Linier Berganda	94
4.5.3 Uji F Simultan	97
4.5.4 Uji T Parsial	98
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R ²	100
4.6 Pembahasan	100
4.6.1 Pembahasan Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Mencari Informasi terhadap Dukungan Kesetaraan Gender	100
4.6.2 Pembahasan Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Membangun Identitas Pribadi terhadap Dukungan Kesetaraan Gender	103
4.6.3 Pembahasan Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Interaksi Sosial terhadap Dukungan Kesetaraan Gender	105
4.6.4 Pembahasan Penggunaan Akun Instagram @Magdaleneid dalam Mendapatkan Hiburan terhadap Dukungan Kesetaraan Gender	108

4.6.5 Pembahasan Penggunaan Media Sosial Instagram @Magdaleneid terhadap Dukungan Kesetaraan Gender	111
4.6.6 Matriks Temuan Penelitian.....	116
BAB V	121
KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Implikasi.....	122
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	122
5.2.1 Implikasi Praktis.....	123
5.3 Rekomendasi.....	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	132

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Skala Likert	49
Tabel 3.2 Definisi Operasional	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi	68
Tabel 3.6 Kriteria Tingkatan Korelasi	72
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.3 Analisis Deskripsi Mencari Informasi	78
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Mencari Informasi	79
Tabel 4.5 Analisis Deskripsi Membangun Identitas Pribadi	80
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Membangun Identitas Pribadi	81
Tabel 4.7 Analisis Deskripsi Interaksi Sosial	82
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Interaksi Sosial	83
Tabel 4.9 Analisis Deskripsi Mendapatkan Hiburan	84
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Mendapatkan Hiburan	85
Tabel 4.11 Analisis Deskripsi Dukungan Kesetaraan Gender	86
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Dukungan Kesetaraan Gender	87
Tabel 4.13 Hasil Uji Asumsi Klasik ($N=400$)	88
Tabel 4.14 Kriteria Tingkatan Korelasi	91
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi ($N=400$)	92
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda ($N=400$)	95
Tabel 4.17 Matriks Temuan Penelitian	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Global Gender Gap Report 2024.....	1
Gambar 1.2 Penggunaan Media Sosial Terlama.....	4
Gambar 1.3 Akun Instagram @Magdaleneid	5
Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia	6
Gambar 1.5 Hasil Bibliometrik Penelitian Terdahulu	7
Gambar 2.1 Postingan Akun Instagram @Magdaleneid.....	19
Gambar 2.2 Hasil Bibliometrik Penelitian Terdahulu	38
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 2.4 Paradigma Penelitian	41
Gambar 3.1 Instagram @Magdaleneid	45
Gambar 4.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia	76
Gambar 4.2 Grafik P-Plot Uji Normalitas	89
Gambar 4.3 Ruang Diskusi Online di Akun Instagram @Magdaleneid.....	107
Gambar 4.4 Ruang Diskusi Offline yang diadakan oleh Akun Instagram @Magdaleneid	107
Gambar 4.5 Bagan Hasil	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	132
Lampiran 2. Data Responden.....	138
Lampiran 3. Tanggapan Responden.....	149
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	174
Lampiran 5. Hasil Olah Data SPSS.....	183

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

- Atmoko, Dwi Bambang. 2012. Instagram Handbook: Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: *Media Kita*
- Baars, B. J. (1997). Some essential differences between consciousness and attention, perception, and working memory. *Consciousness and cognition*, 6(2-3), 363-371.
- Botler, Grusin., (2005). Living in the information age: A new media reader.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition. California: *SAGE Publications*.
- Darmawan, Deni. (2012). Komunikasi Pembelajaran. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Handayani, T. S. (2017). Konsep dan teknik penelitian gender. UMMPress.
- Hazel, R., & Sally, B. (2000). Gender and development: Concepts and definitions. Brighton: University of Sussex.
- Humaizi, M. (2018). Uses and Gratifications Theory. Medan: Art Design, Publishing.
- Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M. (1974). *Uses and Gratifications Research*. Public Opinion Quarterly.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusnendi. (2017). Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non Eksperien Model Regresi Persamaan Tunggal. Bandung: *Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan*.
- Littlejohn, Stephen W. 2005. Theories of Human Communication, eighth edition. Belmont: Thomson Learning Inc
- Manurung, E. H. (2022). Penggunaan Media Sosial dan Teknologi yang Efektif di Desa. *Penerbit Widina*.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- McQuail, D. (2011) Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nasrullah, R. (2016) Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rusman, dkk. (2013). Pembelajaran Berbasis Teknologi informasi dan Komunikasi. Rajagrafindo Persada : Jakarta.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.

- Sinambela, L. P., & Chotim, E. E. (2020). Buku Ajar" Statistika Sosial (Teori dan Aplikasi untuk Mahasiswa dan Peneliti Ilmu-Ilmu Sosial)".
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, S. 2004. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Penerbit CV Rajawali.
- Suyanto, B & Sutinah. (2007). Metode penelitian sosial: Berbagai alternatif pendekatan Edisi Ketiga. Jakarta: Prenada Media.
- West, R.L. and Lynn, H.T. (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Boston: McGraw-Hil
- Williamson A, Miller L, Fallon F. (2010). Behind the Digital Campaign. An Exploration of the Use, Impact and Regulation of Digital Campaigning. London: *Hansard Society*
- Yusuf, A. M. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana.

Referensi Jurnal:

- Akbar, M. A. P. (2017). Model Konvergensi Media Massa di Era Digital: *Studi Deskriptif Kualitatif Harian Umum Pikiran Rakyat Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Alrasydin, A. F. A. (2023). Penggunaan Media Digital Dalam Meningkatkan Efektifitas Pembelajaran Pada Mata Pelajaran Pai Di Sd Alkaffah Batam.
- Anissa, R. N., & Rani, F. (2021). Upaya *United Nations Women (UN Women)* Dalam Mewujudkan Kesetaraan Gender Melalui Kampanye *HeForShe* di Indonesia Tahun 2016-2019. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(2), 1-15.
- Aripadono, H. W. (2020). Penerapan komunikasi digital *storytelling* pada media sosial instagram. *Teknika*, 9(2), 121-128.
- Azifambayunasti, A. (2022). Membangun Generasi Tangguh Melalui Pembelajaran IPS Terintegrasi Isu Kesetaraan Gender. In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series* (Vol. 5, No. 3, pp. 41-53).
- Azizah, N. R., & Mahdy, I. F. (2023). Hubungan Antara Kesadaran Kesetaraan Gender pada Mahasiswa dan Sikap Diskriminasi kepada Perempuan. *Jurnal Riset Statistika*, 131-136.
- Bramantyo, R. D., & Prodeita, T. V. (2023). Upaya meningkatkan Kesadaran Remaja Akan Kesetaraan Gender Berdasarkan Moral Kristiani. *Credendum: Jurnal Pendidikan Agama*, 5(2), 198-218.
- Dewi, Z. N. A., El Karimah, K., & Wirakusumah, T. K. (2024). Respons Kognitif dalam Terpaan Konten pada Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian:(Studi Eksplanatif pada Pengikut Akun Instagram@madformakeup. co). *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 2(4), 48-57.
- Donohue, G. A., Tichenor, P. J., & Olien, C. N. (1973). Mass media functions, knowledge and social control. *Journalism Quarterly*, 50(4), 652-659.
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran Media Sosial Instagram @Greenpeaceid Sebagai Media Kampanye Dalam Menjaga Lingkungan. *Jurnal Ilmu*

- Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 8(2), 209-222.
- Fadillah, S. N., & Putri, S. (2024). *Cyberfeminism on Magdalene.co from a Gender Journalism Perspective. Mediova: Journal of Islamic Media Studies*, 4(2), 121-160.
- Faturtama, D. L., & Abidin, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), 1123-1130.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. A., & Iskandar, D. (2022). Pengaruh literasi digital pada media online YouTube terhadap perilaku generasi Z dalam mencari informasi kesetaraan gender pada lingkup mahasiswa. In *BT-Bandung Conference Series: Journalism*.
- Herdono, I., Bungin, B., & Wono, H. Y. (2022). Jurnal Kajian Media. *Jurnal Kajian Media*, 6(1).
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan skala likert lima skala dengan modifikasi skala likert empat skala. *Metodologi Penelitian*, 2(2-3).
- Hutapea, E. N. N. (2023). Tanggapan Pengikut Akun Aktivis Feminis Digital Terhadap Wacana Kekerasan Seksual (Studi Kasus Pengguna Akun@lawanpatriarki dan@dearcatcallers.id) (Doctoral dissertation, Universitas Kristen Indonesia).
- Imran, H. A. (2012). Media massa, khalayak media, the audience theory, efek isi media dan fenomena diskursif. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(1), 47-60.
- Jabnabillah, F., & Margina, N. (2022). Analisis korelasi pearson dalam menentukan hubungan antara motivasi belajar dengan kemandirian belajar pada pembelajaran daring. *Jurnal Sintak*, 1(1), 14-18.
- Janutama, M. M. (2023). Pengaruh Literasi Kesehatan Mental Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Kesehatan Mental di Kalangan Gen Z Kota Bandung (*Studi Korelasi Pada Akun Instagram@ Meaningful. Me*) (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Kencanawati, F., Hermawan, A., Baihaqi, S., & Septiani, A. N. (2024). Kondisi Kesetaraan Gender di Indonesia. *Jurnal Dinamika Sosial dan Sains*, 1(4), 335-341.
- Khairani, D. R. (2018). Studi Tentang Kesetaraan Gender dalam Berbagai Aspek. *Studi Tentang Kesetaraan Gender dalam Berbagai Aspek*, 1(1), 1-13.
- Kustiawan, W., dkk. (2022). Teori-Teori dalam Komunikasi Massa. *Jutkel: Jurnal Telekomunikasi, Kendali Dan Listrik*, 3(2), 41-45.
- Laksono, P., & Zakiyah, L. A. (2023). Gender Sensitive Journalism; The Role of Magdalene Online Media in Campaigning for Gender Issues. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(2), 262-276.

- Lestari, J. S., & Farida, U. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 49.
- Maharani, R., Ardiansyah, N. M., Annisa, R. B., & Hizbullah, Z. (2021). Media Sosial sebagai Gerakan Sosial Digital: Studi Kasus Akun Instagram@ Aliskamugemash dalam Menyuarakan Kejahatan Seksual LWD terhadap Perempuan. *ijd-demos*, 3(2).
- Manalu, Y., Simatupang, R. H., & Silaen, C. F. B. (2024). Kesetaraan Gender Dalam Bingkai Kebinekaan Indonesia. *Journal Of Law And Social Society*, 1(1), 27-40.
- Marlina, I. 2019. "Paham Gender Melalui Media Sosial." *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi, & Antropologi* 2(2):225. doi: 10.20961/habitus.v2i2.28800.
- Murjani, A. (2022). Pro-poor Curves and Pro-Poor Growth Index: Case Study in South Kalimantan Province. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(3), 155-168.
- Nuryadi, T. D. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Prastiwi, D. R. D., & Suratno, G. (2020). Strategi Content Division Dalam Pengemasan Konten Media Sosial Pada Akun Instagram Kompascom. *Pantarei*, 4(01).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal common*, 3(1), 71-80.
- Ratna, A., & Samie, S. F. (Eds.). (2017). *Race, gender and sport: The politics of ethnic'other'girls and women*. Routledge.
- Sadasri, L. M. (2021). Women'S Issue on New Media. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 4(1), 11-24.
- Salamah, N. H. (2022). Dampak Media Digital Terhadap Karakter Moral Siswa Kelas V Sekolah Dasar: Analisis Penelitian Deskriptif Kualitatif pada Siswa Kelas V di SD Negeri Permata Biru di Kecamatan Cileunyi (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Santosa, B. A. (2017). Peran media massa dalam mencegah konflik. *Jurnal AspiKom*, 3(2), 199-214.
- Saputra, D., & Lisnarini, N. (2023). Strategi Media Sosial dalam Meningkatkan Kesetaraan Gender Bagi Perempuan: Analisis Wacana Kritis di Instagram@ Magdaleneid. *Jurnal Humanitas: Katalisator Perubahan Dan Inovator Pendidikan*, 9(2), 134-148.
- Saputra, A. (2019). Survei penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa kota padang menggunakan teori uses and gratifications. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 207-216.
- Sarafino E., P & Timothy W., S. (2011). *Health psychology: Biopsychosocial interactions*. John Wiley & Sons.
- Septiningrum, A. D. N., & Rachmatie, A. (2022). Kampanye Membangun Women Empowerment pada Akun Instagram. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 65-70.

- Sholihah, S. M. A., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102-110.
- Silvia, S. M. (2023). Pengaruh Terpaan Konten Informasi Kesehatan Mental Terhadap Kesadaran Kesehatan Mental. Studi Korelasi Pada Pengikut Akun Instagram@ riliv (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Sumule, M. N., Kusuma, A. R., & Hasanah, N. (2019). Studi Tentang Kesetaraan Gender Dalam Karir Aparatur Sipil Negara Dalam Kantor Pengelola Keunagan dan Aset Daerah Kabupaten Kutai Timur.
- Suprihatin, S., & Azis, A. M. (2020). Pelecehan Seksual Pada Jurnalis Perempuan di Indonesia. *PALASTREN: Jurnal Studi Gender*, 13(2), 413-434.
- Suri, D. (2019). Pemanfaatan Media Komunikasi dan Informasi dalam Perwujudan Pembangunan Nasional. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 177-187.
- Susanto, N. H. (2015). Tantangan mewujudkan kesetaraan gender dalam budaya patriarki. *Muwazah*, 7(2).
- Syauqiyah, N. S., Nurbayani, S., & Supriadi, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Akun Instagram@ magdaleneid terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berperspektif Gender bagi Followers. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(11), 949-955.
- Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in science education*, 48, 1273-1296.
- Taryana, A. (2023). Peran Humas, Media Digital, dan Manajemen Opini Publik di Pertamina Internasional EP. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 403-414.
- Tuffahaty, R. H. (2023). Pengaruh Konten Vlog Media Sosial Tiktok Terhadap Pembentukan Sikap Imitatif (Studi Korelasional pada Generasi Z (Gen Z) Pengguna Aplikasi TikTok# adayinmylife di Kota Bandung) (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Wibowo, D. A., & Nasher, A. (2023). Pengaruh Terpaan Akun Instagram@ Magdaleneid Dan Motif Penggunaan Terhadap Persepsi Followers. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 216-228.
- Wiguna, S. R. (2022). Pengaruh UKM Great (Gender Research Center) UPI Terhadap Gerakan Kesetaraan Gender di Kalangan Mahasiswa Peserta Sekolah Advokat Gender Universitas Pendidikan Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Yusup, Febrinawati. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17-23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>.

Referensi Lainnya:

- Baller, S., Zahidi, S., Piaget, K., Pal, K., (2024, Juni 11). Global Gender Gap Report 2024. <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2024/digest/>. Diakses pada 15 Februari 2025, pukul 11.30 WIB.
- Napoleoncat, Instagram users in Indonesia. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>. Diakses pada 29 Mei 2025, pukul 15.20 WIB.

- Rafli, M., (2024, November 9). Indonesia Masuk 10 Besar Negara dengan Durasi Bermedia Sosial Terlama 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-masuk-10-besar-negara-dengan-durasi-bermedia-sosial-terlama-2024-9xl8E>. Diakses pada 15 Februari 2025, pukul 11.40 WIB.
- Rainer, P., (2024, Juli 1). Inilah Media Sosial yang Paling Sering Dipakai di Indonesia. <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>. Diakses pada 16 Februari 2025, pukul 15.30 WIB.