

**MILLENIAL TOURISM STALKING SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
SEBAGAI PEMICU KEKERASAN BERBASIS GENDER ONLINE PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

SKRIPSI

*diajukan untk memenuhi syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Sosiologi*



oleh :

Andreian Yusup

1700953

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2021

Andreian Yusup, 2021

**MILLENIAL TOURISM STALKING SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI PEMICU KEKERASAN
BERBASIS GENDER ONLINE PADA MAHASISWA UIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

MILLENIAL TOURISM STALKING SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI
PEMICU KBGO (KEKERASAN BERBASIS GENDER ONLINE) PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

Oleh

Andreian Yusup

1700953

Disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)
pada Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan
Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia

Andreian Yusup 2021

©Universitas Pendidikan Indonesia

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian
dengan cetak ulang, *difotocopy*, atau cara lain tanpa seizin penulis

Andreian Yusup, 2021

*MILLENIAL TOURISM STALKING SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI Pemicu Kekerasan
Berbasis Gender Online pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

ANDREIAN YUSUP

**MILLENIAL TOURISM STALKING SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
SEBAGAI PEMICU KBGO (KEKERASAN BERBASIS GENDER
ONLINE) MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Wilodati, M.Si

NIP. 196801141992032002

Pembimbing II



Dr. Yani Achdiani, M.Pd

NIP. 196111201986032001

Mengetahui,

Kepala Program Studi Pendidikan Sosiologi



Siti Komariah, M.Si., Ph.D

NIP. 196804031991032002

**MILLENIAL TOURISM STALKING SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
SEBAGAI PEMICU KEKERASAN BERBASIS GENDER ONLINE
MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

Andreian Yusup

1700953

E-mail: andreian@upi.edu

ABSTRAK

Penggunaan sosial media seperti media instagram di masyarakat dijadikan sebagai sarana komunikasi dan informasi yang sangat cepat dan mudah di akses oleh siapa saja dan kapan saja. Kehadiran media instagram tersebut memunculkan budaya baru dalam masyarakat salah satunya aktivitas *stalking* yang dapat memicu kekerasan berbasis gender online, para pengguna media instagram tersebut pernah menjadi korban sekaligus pelaku kekerasan berbasis gender online. Tujuan penelitian ini yaitu mencari tahu mengenai *stalking* sosial media instagram sebagai pemicu kekerasan berbasis gender online pada mahasiswa UPI. Metode yang digunakan yaitu statistik deskriptif inferensial dengan pendekatan kuantitatif. Temuan hasil dalam penelitian ini yaitu : (1) gambaran mahasiswa UPI dalam penggunaan sosial media instagram, didominasi oleh kaum perempuan dan mereka menggunakan instagram lebih dari lima kali dalam satu hari dengan berbagai konten yang dibuka. (2) dampak penggunaan sosial media terjadi pada korban dan pelaku kekerasan berbasis gender online orang yang dikenal dikalangan kampus. (3) *stalking* sosial media instagram dilatar belakangi oleh dua faktor mereka menyatakan yakni, rasa penasaran “kepo” dan kepuasan tersendiri. Rekomendasi dari penelitian ini yaitu pengguna media instagram seharusnya memanfaatkan dengan baik serta bijak, bukan hanya untuk sarana eksplor gaya hidup dan *scroll* beranda saja melainkan untuk mencari informasi yang berguna untuk kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci : Stalking, Media Instagram, KBGO

**MILLENIAL TOURISM STALKING SOCIAL MEDIA INSTAGRAM AS
A TRIGGER ONLINE GENDER BASED VIOLENCE STUDENT OF THE
INDONESIA UNIVERSITY OF EDUCATION**

**Andreian Yusup
1700953**

E-mail: andreian@upi.edu

ABSTRACT

The use of social media such as instagram media in the community is used as a means of communication and information that is very fast and easy to access by anyone and anytime. The presence of instagram media gave rise to a new culture in society, one of which is stalking activities that can trigger gender-based violence online, the users of instagram media have been victims as well as perpetrators of gender-based violence online. The purpose of this study is to find out about the stalking of social media instagram as a trigger for online gender-based violence in UPI students. The method used is descriptive statistics inferensial with quantitative approach. The findings in this study are: (1) UPI students' picture in the use of social media instagram, dominated by women and they use instagram more than five times in one day with a variety of content opened. (2) the impact of social media use occurs on victims and perpetrators of online gender-based violence of people known on campus. (3) stalking social media instagram is motivated by two factors they state namely, curiosity "kepo" and satisfaction itself. The recommendation of this study is that instagram media users should make good use of it and wisely, not only for the means of exploring lifestyle and scrolling the homepage but to find useful information for daily life.

Keywords : Stalking, Instagram Media, KBGO

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Peneleitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Struktur Organisasi	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Millenial Tourism	10
2.2 Konsep Generasi Millenial	14
2.3 Konsep Stalking Sosial Media Instagram	17
2.4 Media Instagram	21
2.5 KBGO (Kekerasan Berbasis Gender Online)	26
2.6 Konsep Gender.....	28
2.7 Teori Struktural Fungsionalis Talcott Parson – AGIL.....	30
2.8 Penelitian Terdahulu	32
2.9 Kerangka Pikir Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Partisipan.....	36
3.3 Populasi Dan Sampel	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Instrumen Penelitian	38
3.4.1 Instrumen Variabel Stalking Sosial Media Instagram	38

3.4.2 Uji Validitas.....	40
3.4.3 Uji Reabilitas	44
3.4.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.5 Prosedur Penelitian	46
3.4.6 Presentase Data	46
3.4.7 Penafsiran Data	46
BAB IV TEMUAN DAN BAHASAN	48
4.1 Temuan hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Gambaran Lokasi Penelitian.....	48
4.1.2 Identitas Responden.....	49
4.1.3 Kegiatan yang Dilakukan Mahasiswa UPI dalam Penggunaan Media Instagram.....	51
4.1.4 Dampak Penggunaan Sosial Media Instagram pada Mahasiswa UPI72	
4.1.5 Latar Belakang Mahasiswa UPI Melakukan Stalking Sosial Media Instagram.....	99
4.2 Pembahasan.....	114
4.2.1 Gambaran Mahasiswa dalam Penggunaan Sosial Media Instagram	115
4.2.2 Dampak Penggunaan Sosial Media Instagram di Lingkungan Kampus	117
4.2.3 Stalking Sosial Media Instagram Sebagai Pemicu KBGO Dilingkungan Kampus.....	118
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	121
5.1 Simpulan	121
5.2 Implikasi	122
5.3 Rekomendasi	123
DAFTAR PUSTAKA	124

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kisi-Kisi Instrumen Stalking Sosial Media Instagram dan KBGO....	39
Tabel 3.2	Penyekoran Instrumen Stalking Sosial Media Instagram dan KBGO	40
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Stalking Sosial Media Instagram.....	40
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas KBGO (Kekerasan Berbasis Gender Online).....	43
Tabel 3.5	Uji Reabilitas.....	45
Tabel 3.6	Tabel Penafsiran Data	47
Tabel 4.1	Identitas Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	50
Tabel 4.3	Konten Media Instagram yang Sering Dibuka Responden	51
Tabel 4.4	Membuka Instagram Untuk Eksplor Gaya Hidup Trend Masa Kini, Hedonisme, Konsumtif Publik Figur	52
Tabel 4.5	Menjadikan Instagram Sebagai Referensi Untuk Gaya Hidup Trend Masa Kini, Hedonisme, Konsumtif Dari Publik Figur Untuk Dunia Nyata	53
Tabel 4.6	Menjadikan Instagram Sebagai Patokan Gaya Hidup Untuk Mengikuti Trend Masa Kini Agar Diakui Banyak Orang	54
Tabel 4.7	Menjadikan Instagram Untuk Mencari Gaya Hidup Yang Sedang Trend Saat Ini Untuk Diikuti.....	55
Tabel 4.8	Menjadikan Instagram Untuk Melihat Aktivitas Gaya Hidup Trend Masa Kini, Hedonisme, Konsumtif Selebgram Di Instagram.....	56
Tabel 4.9	Menjadikan Instagram Untuk Melihat Aktivitas Keseharian Teman Dekat Atau Orang Lain Melalui Fitur Instastory Di Instagram	57
Tabel 4.10	Menjadikan Instagram Untuk Melihat Aktivitas Keseharian Keluarga Melalui Fitur Instastory Di Instagram.....	58
Tabel 4.11	Menjadikan Instagram Untuk Melihat Aktivitas Keseharian Tokoh Agama Yang Sedang Trend Melalui Fitur Instastory Di Instagram ..	59
Tabel 4.12	Menjadikan Instagram Untuk Melihat Aktivitas Keseharian Tokoh Politik Melalui Fitur Instastory Di Instagram	60
Tabel 4.13	Menjadikan Instagram Untuk Melihat Aktivitas Keseharian Artis/Publik Figur Melalui Fitur Instastory Di Instagram.....	61
Tabel 4.14	Membuka Instagram Hanya Untuk <i>Scroll</i> Beranda Saja Melihat-Lihat Beranda Pribadi	62
Tabel 4.15	Membuka Instagram Tidak Hanya Untuk <i>Scroll</i> Beranda Saja Tetapi Di Barengi Aktivitas Lihat Notif, Buka Pesan, Melihat Story, Dan Buka Eksplor.....	63
Tabel 4.16	<i>Scroll</i> Beranda Bila Ada Informasi Penting Mengenai Info Kampus Dan Trend Mas Kini.....	64
Tabel 4.17	Setiap Buka Instagram Pertama Kali Selalu <i>Scroll</i> Beranda Melihat-Lihat Poto Yang Baru Diunggah Oleh Teman Di Instagram	64

Tabel 4.18	<i>Scroll</i> Beranda Lebih Dari 10 Menit Dengan Aktivitas Lihat Notif, Buka Pesan, Melihat <i>Story</i> , Dan Buka Eksplor.....	65
Tabel 4.19	<i>Scroll</i> Beranda Hanya Untuk Melihat Teman Saja Dan Orang Lain Yang Mengunggah Poto Dan <i>Story</i> Di Instagram	66
Tabel 4.20	<i>Scroll</i> Beranda Hanya Untuk Melihat Keluarga Yang Mengunggah Poto Dan <i>Story</i> Di Instagram	67
Tabel 4.21	<i>Scroll</i> Beranda Hanya Untuk Melihat Tokoh Agama Yang Sedang Viral Di Instagram.....	68
Tabel 4.22	<i>Scroll</i> Beranda Hanya Untuk Melihat Aktivitas Poto Dan <i>Story</i> Perempuan Catik Selebgram/Publik Figur Di Instagram.....	68
Tabel 4.23	<i>Scroll</i> Beranda Hanya Untuk Melihat Aktivitas Poto Dan <i>Story</i> Laki-Laki Ganteng Selebgram/Publik Figur Di Instagram.....	69
Tabel 4.24	Kegiatan Mahasiswa UPI dalam Penggunaan Media Instagram	70
Tabel 4.25	Mengalami Pelanggaran Privasi Di Instagram Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus	72
Tabel 4.26	Mengalami Pelanggaran Privasi Di Instagram Oleh Akun Tidak Dikenal	73
Tabel 4.27	Mengalami Penyebaran Identitas Diri Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus	73
Tabel 4.28	Mengalami Penyebaran Identitas Diri Oleh Orang Yang Tidak Dikenal	74
Tabel 4.29	Mengalami Penyebaran Poto/Video Yang Bersifat Seksual Oleh Akun Yang Dikenal Dikalangan Kampus.....	75
Tabel 4.30	Mengalami Penyebaran Poto/Video Yang Bersifat Seksual Oleh Akun Yang Tidak Dikenal	75
Tabel 4.31	Mengalami Perasaan Was-Was Saat Diikuti Oleh Orang Yang Dikenal Di Instagram.....	76
Tabel 4.32	Mengalami Perasaan Was-Was Saat Diikuti Oleh Orang Yang Tidak Dikenal Di Instagram	77
Tabel 4.33	Mengalami Komentar Buruk Berisi Tentang Fisik Oleh Orang Yang Dikenal	78
Tabel 4.34	Mengalami Komentar Buruk Berisi Tentang Fisik Oleh Orang Yang Tidak Dikenal.....	78
Tabel 4.35	Mengalami Pesan Buruk Berisi Tentang Mengomentari Fisik Oleh Orang Yang Dikenal Di Kalangan Kampus Di Instagram.....	79
Tabel 4.36	Mengalami Komentar Buruk Berisi Tentang Fisik Oleh Orang Yang Tidak Dikenal Di Instagram.....	80
Tabel 4.37	Mengalami Pencemaran Nama Baik Dikolom Komentar Instagram Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus.....	81
Tabel 4.38	Mengalami Pencemaran Nama Baik Dikolom Komentar Instagram Oleh Orang Yang Tidak Dikenal	81

Tabel 4.39	Mengalami Pencemaran Nama Baik pada Pesan Instagram Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus.....	82
Tabel 4.40	Mengalami Pencemaran Nama Baik pada Pesan Instagram Oleh Orang Yang Tidak Dikenal	83
Tabel 4.41	Mengalami Pemalsuan Akun Atas Nama Pribadi Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus	84
Tabel 4.42	Mengalami Pemalsuan Akun Atas Nama Pribadi Oleh Orang Yang Tidak Dikenal.....	85
Tabel 4.43	Mengalami Pelecehan Spamming Komentar Tidak Pantas Yang Mengarah Konten Seksual Oleh Lawan Jenis Di Instagram Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus.....	85
Tabel 4.44	Mengalami Pelecehan Spamming Komentar Tidak Pantas Yang Mengarah Konten Seksual Oleh Lawan Jenis Di Instagram Oleh Orang Yang Tidak Dikenal	86
Tabel 4.45	Mengalami <i>Online Shaming</i> Terkait Penampilan Dikomentar/Pesan Oleh Orang Yang Dikenal Di Kalangan Kampus Di Instagram	87
Tabel 4.46	Mengalami <i>Online Shaming</i> Terkait Penampilan Dikomentar/Pesan Oleh Orang Yang Tidak Dikenal	88
Tabel 4.47	Mengalami Pelecehan Visual Dengan Mengirim Poto Yang Tidak Pantas Yang Mengarah Konten Seksual Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus	89
Tabel 4.48	Mengalami Pelecehan Visual Dengan Mengirim Poto Yang Tidak Pantas Yang Mengarah Konten Seksual Oleh Orang Yang Tidak Dikenal	89
Tabel 4.49	Mengalami Ancaman Pemerksaan Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus Di Instagram	90
Tabel 4.50	Mengalami Ancaman Pemerksaan Oleh Orang Yang Tidak Dikenal Di Instagram.....	91
Tabel 4.51	Mengalami Ancaman Pembunuhan Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus Di Instagram	92
Tabel 4.52	Mengalami Ancaman Pembunuhan Oleh Orang Yang Tidak Dikenal Di Instagram.....	92
Tabel 4.53	Mengalami Pemerasan Penyalahgunaan Konten Seksual Dengan Tujuan Untuk Memperoleh Materi Oleh Orang Yang Dikenal Dikalangan Kampus Di Instagram	93
Tabel 4.54	Mengalami Pemerasan Penyalahgunaan Konten Seksual Dengan Tujuan Untuk Memperoleh Materi Oleh Orang Yang Tidak Dikenal	94
Tabel 4.55	Melakukan <i>Online Shaming</i> Terkait Penampilan Dikomentar/Pesan Pada Komunitas Gay Di Instagram.....	95
Tabel 4.56	Melakukan <i>Online Shaming</i> Terkait Penampilan Dikomentar/Pesan Pada Komunitas Lesbian Di Instagram.....	95

Tabel 4.57 Melakukan <i>Online Shaming</i> Terkait Penampilan Dikomentar/Pesan Pada Komunitas Transgender Di Instagram.....	96
Tabel 4.58 Melakukan <i>Online Shaming</i> Terkait Penampilan Dikomentar/Pesan Pada Komunitas Bisexual Di Instagram.....	97
Tabel 4.59 Melakukan Ancaman Pembunuhan Pada Komunitas LGBT Di Instagram.....	98
Tabel 4.60 Melakukan Perundungan Pada Komunitas LGBT Di Instagram	98
Tabel 4.61 Melihat <i>Story Followers</i> Di Instagram.....	100
Tabel 4.62 Melihat <i>Story</i> Teman Menggunakan Akun Palsu Di Instagram	100
Tabel 4.63 Melihat <i>Story</i> Mantan Pacar Menggunakan Akun Palsu Di Instagram.....	101
Tabel 4.64 Melihat <i>Story</i> Pacar Menggunakan Akun Palsu Di Instagram.....	102
Tabel 4.65 <i>Stalking</i> Menggunakan Akun Palsu, Karena Menggunakan Akun Pribadi Akan Terlihat Dan Akun Yang Di Stalk Akan Mengetahuinya	102
Tabel 4.66 <i>Stalking</i> Tidak Menggunakan Akun Palsu Melainkan Pake Akun Pribadi	103
Tabel 4.67 <i>Stalking</i> Menggunakan Akun Teman, Untuk <i>Stalking</i> Pacar Di Instagram.....	104
Tabel 4.68 <i>Stalking</i> Menggunakan Akun Teman, Untuk <i>Stalking</i> Mantan Pacar Di Instagram.....	105
Tabel 4.69 <i>Stalking</i> Yang Berhubungan Dengan Pornografi	105
Tabel 4.70 <i>Stalking</i> Sampai Berkomentar Diakun Orang Lain.....	106
Tabel 4.71 Ada Kepuasan Tersendiri Melakukan Komentar Di Poto Yang Diunggah	107
Tabel 4.72 Ada Kepuasan Tersendiri Melakukan <i>Like</i> Pada Poto Yang Diunggah	107
Tabel 4.73 Ada Kepuasan Tersendiri Berkomentar Dengan Konteks Bercanda Pada Poto Yang Diunggah Pada Lawan Jenis Pakai Akun Pribadi .	108
Tabel 4.74 Ada Kepuasan Tersendiri Berkomentar Dengan Konteks Bercanda Pada Poto Yang Diunggah Pada Lawan Jenis Pakai Akun Palsu	109
Tabel 4.75 Mengirim Pesan/Postingan Dengan Konteks Bercanda Pada Poto Yang Diunggah Pada Sesama Jenis Pakai Akun Pribadi	110
Tabel 4.76 Mengirim Pesan/Postingan Dengan Konteks Bercanda Pada Poto Yang Diunggah Pada Sesama Jenis Pakai Akun Palsu	111
Tabel 4.77 Mengirim Pesan/Postingan Yang Bersifat Seksualitas Pakai Akun Pribadi	111
Tabel 4.78 Mengirim Pesan/Postingan Yang Bersifat Seksualitas Pakai Akun Palsu	112
Tabel 4.79 Mengirim Pesan/Postingan Yang Bersifat Ancaman Pakai Akun Pribadi	113

Tabel 4.80 Mengirim Pesan/Postingan Yang Bersifat Ancaman Pakai Akun Palsu	113
Tabel 4.81 Jenis-jenis KBGO di Lingkungan Mahasiswa UPI.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Alur Pikir Penelitian	35
------------	-----------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

- Adiawaty, S. (2019). Tantangan Perusahaan Mengelola Perbedaan Generasi Karyawan. *Esensi : Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(3), 376–382.
- Adibah, I. D., & Harianto, S. (2019). Gaya Hidup Remaja Santri Nongkrong di Kafe. *Paradigma*, 8(1), 1–5.
- Afnibar, D. F. (2019). Perilaku Stalking Remaja Zaman Now Dalam Bingkai Teori Behavior (Studi terhadap Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang). *Al Irsyad : Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 3(2), 10–23.
- Agustina, L., Nelloh, M., Edukasi, P., Buruk, G., Generasi, P., Sebagai, A., Nelloh, L. A. M., Lukas, M., & Indira, P. D. (2020). Penerapan Edukasi Gizi Buruk Pada Generasi Alfa Sebagai Penerus Generasi Milenial di Tanjung Priok Jakarta. *Journal of Suistainabel Community Development*, 2(2), 89–93.
- Apriananta, Y. J., & Wijaya, L. S. (2018). Penggunaan Website Dan Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi. *Jurnal Komunikatif*, 7(2), 187–209. <https://doi.org/10.33508/jk.v7i2.1750>
- Archianti, P. (2017). Memprediksi Kreativitas Generasi Millenial Di Tempat Kerja. *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris*, 3(2), 61–68. <https://jipp.uhamka.ac.id/index.php/jipp/article/download/36/30/>
- Arief, A. (2018). Fenomena Kekerasan Berbasis Gender dan Upaya Penanggulangannya. *Petitum*, 6, 76–86. https://www.researchgate.net/publication/337600394_Pencegahan_Kekerasan_Seksual_Pada_Anak_Melalui_Edukasi_Kesehatan_Reproduksi_Berbasis_Media_Pada_Murid_Sekolah_Pendidikan_Anak_Usia_Dini_Paud
- Aryawati, N. P. A. (2020). Digital Tourism: Strategi Menarik Wisatawan Milenial ke NTB. *Hospitality*, 9(1).
- Azhari, M. R. (2019). Aspek Pidana Mayantara (Cyberstalking). *Badamai Law Journal*, 4(1), 150. <https://doi.org/10.32801/damai.v4i1.9234>
- Azizah, N. A. dan E. D. R. (2019). Maha Benar Nitizen Dengan Segala Komentarnya: Sebuahstudi Tentang Perundungan Siber Pada Kasus Vanessa Angel Di Instagram. *At-Thulab*, 1(1), 45–57.
- Bukido, R. (2006). Dikotomi Gender (Sebuah Tinjaun Sosiologis). *Jurnal Al-Syir'ah*, 4(2), 1–14.
- Damayanti, R. (2017). Penggunaan Bahasa Alay Pada Bullying Anak di Media Sosial. *Autentik : Jurnal Pengembangan Pendidikan Dasar*, 1(2), 1–11.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Fitria, K., & Febrianti, Y. (2020). the Interpretation and Attitude of Body Shaming Behavior on Social Media (a Digital Ethnography Study on Instagram). *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(1), 12–25. <https://doi.org/10.17933/diakom.v3i1.78>
- Fitriani, D. R., Wulandari, C., & Ohorella, N. R. (2019). The Power of “Instagramable” in Destination Branding Jakarta Millenial Tourist Case Study. *Conference On Communication and News Media Studies*, 1, 328–337.
- Hahm, J., & Upchurch, R. (2008). Millennial Students, Movies and Tourism. *Tourism Analysis*, 13(2), 189–205.

- Hakim, I. N. (2019). Media Promosi Yang Ramah Wisatawan Milennial Millennial Tourist Friendly Promotional Media. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 13(2), 1–23.
- Handika, M. R., Maradona, A. F., & Dharma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Undiknas*, 15(2), 192–203. <https://doi.org/10.38043/jmb.v15i2.601>
- Hasby, F. (2013). Fanbase Boyband Korea: Identifikasi Aktivitas Penggemar Indonesia. *Prosiding the 5th International Conference on Indonesian Studies: "Ethnicity and Globalization,"* 155–164.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., Lukito, H., Program, M., Ilmu, D., Unand, M., & Manajemen, P. S. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *10(April)*, 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1>
- Hasyim, M., Arafah, B., & Kuswarini, P. (2020). The new Toraja destination: Adding value "Toraja coffee" of the sustainable tourism development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 575(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/575/1/012072>
- Hidajat, M., Adam, A. R., Danaparamita, M., & Suhendrik, S. (2015). Dampak Media Sosial dalam Cyber Bullying. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 6(1), 72. <https://doi.org/10.21512/comtech.v6i1.2289>
- Hidayati, R., & Ikhwan, I. (2019). Perilaku Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa Kurang Mampu Fakultas Ilmu Sosial UNP. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, 1(1), 38–45. <https://doi.org/10.24036/culture/vol1-iss1/6>
- Illene, A., Damajanti, M. N., & Muljosuarto, C. (2019). Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Kekerasan Berbasis Gender ONLINE. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 1–10.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Indrasty, R., Wibawa, D., & Rojudin. (2018). Gender dalam Kasus Kekerasan terhadap Perempuan di Media Online. *Jurnal Komunikasi Jurnalistik*, 3, 90–112.
- Indriani, S. S., & Prasanti, D. (2019). Budaya Tutar Digital Dalam Personal Branding Melalui Stiker Line Generasi Millennial. *Jurnal Semiotika*, 13(1), 133–145.
- Irawan, A. D., & Hadisumarto, A. D. (2020). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Trust, Brand Loyalty, and Brand Equity on the Social Media Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia*, 43(1), 44–58. <http://www.ijil.ui.ac.id/index.php/jmui/article/viewFile/12364/67546756>
- Islami, P. T., & Khairulyadi. (2017). Kekerasan Dalam Rumah Tangga Oleh Suami Terhadap Istri Menurut Perspektif Relasi Gender. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 2(2), 985–1010.
- Joseph, M. C., Satiadarma, M. P., & Koesma, R. E. (2018). Penerapan Terapi Seni Dalam Mengurangi Kecemasan Pada Perempuan Korban Kekerasan Dalam

- Rumah Tangga Di Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 2(1), 77. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v2i1.1620>
- Kalangi, R. (2013). Mengikuti Orang Lain Secara Mengganggu Menurut Pasal 493 KUHP Sebagai Suatu Pelanggaran Keamanan Umum Bagi Orang atau Barang dan Kesehatan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kertamukti, R., Nugroho, H., & Wahyono, S. B. (2019). Kontruksi Identitas Melalui Stories Highlight Instagram Kalangan Kelas Menengah. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.502>
- Ketter, E. (2020). Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0106>
- Kinanti, G. R., & Rakhmad, W. N. (2019). Memahami Relasi Komunikasi Orang tua Milenial dalam Pembentukan Konsep Diri Anak di Era Digital. *Interaksi Online*, 7(2), 115–126. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/23659>
- Mahardika, R. D., & Farida, F. (2019). Pengungkapan Diri pada Instagram Instastory. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(1), 101. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.774>
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151–160.
- Mustika, R. (2017). Analisis Framing Pemberitaan Media Online mengenai Kasus Pedofilia di Akun Facebook. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 135–148. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.159>
- Nordin, N. H., Mohammad, N. S., & Mohamad, A. M. (2019). Media Sosial dan Dakwah Menurut Islam. *Prosiding Seminar Saint Teknologi Dam Manusia 2019*, 1(1999), 277–295. <https://core.ac.uk/download/pdf/287744111.pdf>
- Octora, R. (2019). Problematika Pengaturan Cyberstalking (Penguntitan Di Dunia Maya) Dengan Menggunakan Annonymous Account Pada Sosial Media. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, 11(1), 77–96. <https://doi.org/10.28932/di.v11i1.1902>
- Osin, R. F., & Purwaningsih, N. K. (2020). Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan ...*, 5(2), 63–74. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2690>
- Palupi, R. (2019). Penyalahgunaan Media Sosial Sebagai Alat Propaganda. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 69–76. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5364>
- Panjaitan, P., & Prasetya, A. (2017). Pengaruh Social Media Terhadap Produktivitas Kerja Generasi Millenial (Studi Pada Karyawan PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Internasional Juanda). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 136238.
- Parhusip, N. E., & Arida, I. N. S. (2018). Wisatawan Milenial di Bali (Karakteristik, Motivasi, dan Makna Berpariwisata). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), 299–303. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/destinasipar/article/download/46235/27944>
- Prabowo, S. H., Fakhruddin, A., & Rohman, M. (2020). Peran Orang Tua Dalam Pembentukan Karakter Anak Di Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Pendidikan Islam. *At-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(2), 191–207.
- Pranajaya. (2018). Persepsi Mahasiswa terhadap Fenomena Kepo. *Majalah*

- Sainstekes*, 5(1), 21–30.
- Pribadi, F. (2016). Kekerasan Simbolik Media Massa (Kekerasan Simbolik Dalam Pemberitaan Kasus Peredaran Video Asusila Di Media Massa On Line: Kajian Sosiologi Komunikasi). *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*, 1(2), 127–139.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 8(1), 51–65.
- Puguh Kurniawan. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi*, 11(2), 217–225. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Puspitawati, H. (2013). Konsep, Teori dan Analisis Gender. *Gender Dan Keluarga: Konsep Dan Realita Di Indonesia.*, 4(Zeitlin 1995), 1–16. <https://doi.org/10.1017/S0033583501003705>
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(18), 123–134.
- Rafiqah, L. (2018). Pendekatan Struktural Fungsional Terhadap Hukum Islam di Indonesia. *Jurnal Al Himayah*, 2(2), 205–216.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>
- Rebollo, H. P. M. (2018). A structural model of millennial tourist behavior towards tourism in Davao Region. *Journal of Advances in Humanities and Social Sciences*, 4(1), 26–36. <https://doi.org/10.20474/jahss-4.1.3>
- Rohmiyati, Y. (2018). Model Perilaku Pencarian Informasi Generasi Milenial. *Anuva*, 2(4), 387. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.4.387-392>
- Ronaning Roem, E., & Sarmiati. (2019). Perubahan Sosial Budaya Akibat Media Instagram bagi Kalangan Mahasiswi di Kota Padang. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 21(2), 202. <https://doi.org/10.25077/jantro.v21.n2.p202-210.2019>
- Rorimpandey, P. A., & Kalangi, J. S. (2016). Perilaku Komunikasi Mahasiswa Pengguna Sosial Media Path (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sam Ratulangi). *Acta Diurna*, 5(3), 1–5.
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share : Social Work Journal*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>
- Sagiyanto, A., & Ardiyanti, N. (2018). Self Disclosure Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Anggota Galeri Quote). *Nyimak (Journal of Communication)*, 2(1), 81–94. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i1.687>
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2013). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi-Online*, 6(4), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21950>
- Saputri, N. K. M. A., Negara, I. M. K., & Suardana, I. W. (2020). Preferensi Wisatawan Milenial Mancanegara ke Badung, Bali. *Jurnal IPTA*, 8(1), 30–

37.

- Sari, A. A., & Sularto, R. B. (2019). Kebijakan Formulasi Kekerasan Seksual Terhadap Istri (Marital Rape) Berbasis Keadilan Gender Di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(1), 117. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i1.117-127>
- Sari, E. A. (2020). Pengaruh Aktifitas Penelusuran Informasi Terhadap Jejak Digital Di Youtube Bagi Generasi Millennial. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 42–55. <http://journal2.um.ac.id/index.php/bibliotika/article/download/14755/5992>
- Șchiopu, A. F., Pădurean, A. M., Țală, M. L., & Nica, A.-M. (2016). The Influence Of New Technologies On Tourism Consumption Behavior Of The Millennials. *Amfiteatru Economic*, 18(10), 829–846.
- Setiawan, S. A., & Puspitasari, N. (2018). Preferensi Struktur Organisasi Bagi Generasi Millennial. *Jurnal Borneo Administrator*, 14(2), 101–118. <https://doi.org/10.24258/jba.v14i2.336>
- Shahreza, M. (2017). Komunikator Politik Berdasarkan Teori Generasi. *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(1), 33–48. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i1.273>
- Sherlyanita, A. K., & Rakhmawati, N. A. (2016). Pengaruh dan Pola Aktivitas Penggunaan Internet serta Media Sosial pada Siswa SMPN 52 Surabaya. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 2(1), 17. <https://doi.org/10.20473/jisebi.2.1.17-22>
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30–38. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2654>
- Sudarta, W. (2014). Peranan Wanita Dalam Pembangunan Berwawasan Gender. *Sosial Ekonomi Pertanian*, 1–12.
- Swarduki, P., Yulianto, E., & Mawardi, M. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(2), 1–10.
- Syauket, A. (2016). Partisipasi Politik Generasi Y Jelang Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Politik Pemerintahan*, 1(1), 15–26.
- Tantama, J., & Agustiningsih, G. (2013). Studi Paradigma Naratif Walter Fisher Pada Aktivitas “Nongkrong” di Kalangan Remaja Madya. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 1(1), 58–74.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=strategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galleyFullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFromYear=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23&dateTo>
- Watoni, M. K., Wadi, H., & M, H. (2020). Penerapan Kesetaraan Gender dalam Pendidikan Pada Siswa di SMAN 5 Mataram. *Solidarity*, 9(1), 811–822.
- Zainal Fadri. (2020). Perubahan Struktural Fungsional Prostitusi Online dalam

Pandangan Talcott Parsons. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 2(2), 211–223. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v2i2.40>

Zarkasih, I. R., & Nugraha, C. (2019). Pelecehan Seksual di Media Sosial (Studi Kasus Tentang Korban Pelecehan Seksual di Instagram). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 4981–4995.