

**PENGARUH *INTERNALIZED MISOGYNY* PENGGEMAR TERHADAP
INTENSI PERILAKU MISOGINIS PADA *IDOL* PEREMPUAN *K-POP*
DALAM PLATFORM X (TWITTER)**

SKRIPSI

Oleh:

Salwah Nadhila

2110861028

Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos., M.A

Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si



DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

**PENGARUH *INTERNALIZED MISOGYNY* PENGGEMAR TERHADAP
INTENSI PERILAKU MISOGINIS PADA *IDOL* PEREMPUAN *K-POP*
DALAM PLATFORM X (TWITTER)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu (S1) Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Andalas

Oleh:

Salwah Nadhila

2110861028

Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos., M.A

Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2025

ABSTRAK

PENGARUH *INTERNALIZED MISOGYNY* PENGGEMAR TERHADAP INTENSI PERILAKU MISOGINIS PADA *IDOL* PEREMPUAN *K-POP*. DALAM PLATFORM X (TWITTER)

Oleh:

Salwah Nadhila

2110861028

Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos., M.A

Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si

Media sosial sebagai ruang interaksi digital telah mendorong terbentuknya komunitas budaya populer yang dinamis, termasuk di antaranya komunitas penggemar K-Pop di platform X (Twitter). Meskipun berfungsi sebagai sarana interaksi yang positif dan partisipatif, platform ini juga membuka peluang untuk berkembangnya pandangan misoginis, khususnya kepada idol perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *internalized misogyny* terhadap niat berperilaku misoginis di kalangan penggemar perempuan K-Pop di platform X (Twitter). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan landasan *Planned Behavior Theory*, serta analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana. Data dikumpulkan melalui teknik *purposive sampling* terhadap 100 responden perempuan yang merupakan bagian dari komunitas penggemar K-Pop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *internalized misogyny* berada pada angka 62,33% dengan indikator tertinggi yaitu objektifikasi diri (69%). Sementara itu, niat berperilaku misoginis berada pada angka 61,56% dengan indikator tertinggi yaitu norma subjektif (65%). Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *internalized misogyny* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat misoginis dengan nilai koefisien beta = 0,529, $R^2 = 0,280$, dan $p < 0,001$, yang mengindikasikan bahwa *internalized misogyny* memiliki pengaruh terhadap niat misoginis sebesar 28%, sementara itu 72% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian ini. Implikasi dari penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi media dan kesadaran gender dalam komunitas fandom agar dapat mengurangi reproduksi nilai-nilai patriarki yang terinternalisasi, serta mendorong terciptanya ruang digital yang suportif bagi idol perempuan maupun penggemarnya.

Kata kunci: K-pop Fans, *Internalized Misogyny*, Literasi Digital, Niat Berperilaku Misoginis, Platform X (Twitter).

ABSTRACT

THE EFFECT OF INTERNALIZED MISOGYNY AMONG FANS ON MISOGYNISTIC INTENTIONS TOWARD FEMALE K-POP IDOLS ON PLATFORM X (TWITTER)

By:

Salwah Nadhila

2110861028

Supervisors:

Yayuk Lestari, S.Sos., M.A

Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si

Social media, as a space digital interaction, has fostered the emergence of dynamic popular culture communities, including K-Pop fandoms on platform X (Twitter). While it serves as medium for positive and participatory interaction, this platform also opens opportunities for the development of misogynistic views, particularly those directed at female idols. This study aims to examine the extent to which internalized misogyny influence the intention to engage in misogynistic behavior among female K-Pop fans on platform X (Twitter). This research adopts a quantitative approach based on the Theory of Planned Behavior, and data analysis is conducted using simple linear regression. Data were collected through purposive sampling involving 100 female respondents who are active members of K-Pop fan communities. The finding reveal that the level of internalized misogyny is 62,33% with the highest indicator being self-objectification (69%). Meanwhile, the intention to engage in misogynistic behavior is at 61,56% with the highest contributing indicator being subjective norms (65%). Regression analysis shows that internalized misogyny has a significant effect on misogynistic intent, with a beta account = 0.529%, $R^2 = 0.280$, and $p < 0.001$, indicating that internalized misogyny account for 28% of the variance in misogynistic intent, while the remaining 72% is influenced by other factors not examined in this study. The implication of this research highlights the urgent need to improve media literacy and gender awareness within fandom communities to reduce the reproduction of internalized patriarchal values and foster supportive digital space for both female idol and their fans.

Keyword: *Digital Culture, Internalized Misogyny, K-pop Fans, Misogynistic Intention, Platform X (Twitter).*