

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis pembahasan mengenai hubungan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan persepsi kesetaraan gender pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil kategorisasi intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang berada pada kategori tinggi. Dari keseluruhan jumlah subjek 382 orang terdapat sebanyak 216 orang atau 56,5 % yang berada pada kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang memiliki intensitas penggunaan media sosial Instagram yang tinggi.
2. Hasil kategorisasi persepsi kesetaraan gender pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang berada pada kategori tinggi. Dari keseluruhan jumlah subjek 382 orang terdapat sebanyak 218 orang atau 57,1 %. yang berada pada kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang memiliki persepsi yang tinggi.
3. Hasil analisis uji hipotesis dari data yang di lakukan, diperoleh nilai $r = 0,987$ dengan signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial instagram

dengan persepsi kesetaraan gender pada mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang.

B. Saran

1. Bagi Subjek Penelitian (Mahasiswa)

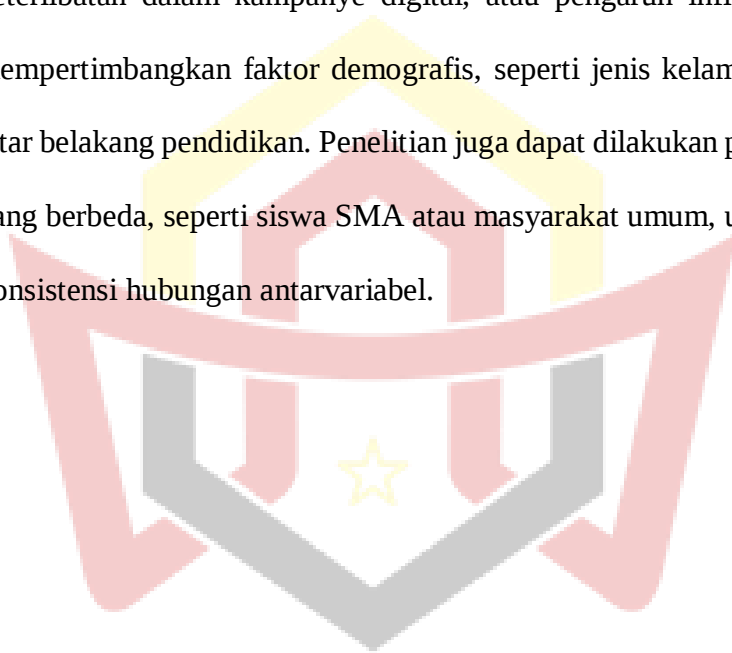
Mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam menggunakan Instagram, dengan cara memilih dan mengikuti akun yang menyajikan konten edukatif mengenai kesetaraan gender serta menghindari konten yang bias atau diskriminatif. Selain itu, mahasiswa diharapkan meningkatkan kesadaran kritis terhadap informasi yang diterima, serta aktif berdiskusi dan terlibat dalam kegiatan kampanye pro-kesetaraan baik secara daring maupun luring. Dengan demikian, persepsi kesetaraan gender dapat berkembang lebih optimal.

2. Bagi Institusi (Fakultas/Universitas)

Fakultas maupun universitas diharapkan mendorong mahasiswa untuk mengakses sumber informasi yang kredibel terkait isu kesetaraan gender, misalnya melalui seminar, diskusi kelas, maupun pelatihan. Selain itu, universitas dapat mengembangkan program dan kebijakan yang mendukung peningkatan kesadaran kesetaraan gender di lingkungan kampus, seperti kampanye resmi media sosial universitas, seminar tematik, atau pelatihan keterampilan kritis. Layanan konseling akademik dan psikologis juga perlu diperkuat untuk membantu mahasiswa yang mengalami hambatan dalam memahami atau menerapkan prinsip kesetaraan gender.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian dengan menggunakan pendekatan dari berbagai disiplin ilmu, seperti komunikasi massa, psikologi sosial, maupun studi gender. Selain itu, peneliti dapat menambahkan variabel lain, seperti literasi media, keterlibatan dalam kampanye digital, atau pengaruh influencer, serta mempertimbangkan faktor demografis, seperti jenis kelamin, usia, dan latar belakang pendidikan. Penelitian juga dapat dilakukan pada populasi yang berbeda, seperti siswa SMA atau masyarakat umum, untuk melihat konsistensi hubungan antarvariabel.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Maraghi, A. B. (n.d.). *Tafsiirul Maraghi*. Musthafa al-Baba al-Halbi.
- Andarwati, I. (2016). Citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media jejaring sosial Instagram pada siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta. *E-Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 5(3), 1–12. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Andini, P., & Rakhmawati, D. (2023). Prolonged social media use and its association with perceived stress among female college students. *Health Promotion Practice*, 24(5), 733–742. <https://doi.org/10.1177/15248399231112345>
- AP News. (2023, September 11). *Men charged with hugging and kissing are among group publicly caned by Indonesian Islamic court*. Associated Press. <https://apnews.com/article/4a3d399685b0baa5143f789a7d0e7892>
- Arifin, A. (2018). Kajian komunikasi massa pada Surah Al-Hujurat ayat 6. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 7(1), 35–50.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assyifani Rahmah, E. S. (2022). Persepsi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta terhadap kesadaran kesetaraan gender. *Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 23(1), 10–16.
- Azwar, S. (2010). *Metode penelitian* (Edisi revisi). Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, S. (2016). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bennett, L. (2025). Good vibes and collective action: Gendered politics on Instagram. *International Journal of Cultural Studies*, 28(2), 201–217. <https://doi.org/10.1177/13678779241234567>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Penguin Books.
- Buchanan, U. (2023). Pandangan Islam tentang kesetaraan gender: Perspektif kemanusiaan. *Alwatzikhoebillah: Jurnal Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, dan Humaniora*, 9(1), 112–123.

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 140–157.

Chaplin, J. (2008). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta: Pustaka Pelajar.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

- East Asia Forum. (2024, September 4). *Roadblocks to gender equality remain in Indonesian schools*. <https://eastasiaforum.org/2024/09/04/roadblocks-to-gender-equality-remain-in-indonesian-schools>
- Fakih, M. (2013). *Analisis gender dan transformasi sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Falca, S. N., & Kristianingsih, S. A. (2023). Hubungan intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan interaksi sosial pada mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana (Skripsi). Universitas Kristen Satya Wacana Repository.
- Ferreira, M., Costa, R., & Silva, J. (2023). Gender and media representations: A systematic review on stereotypes, objectification, and sexualization. *Frontiers in Communication*, 8, 1053210. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1053210>
- Ferreira, M., Silva, J., & Costa, R. (2023). Representation of gender in media: A systematic review. *Journal of Gender Studies*, 32(4), 567–583. <https://doi.org/10.1080/09589236.2023.1234567>
- Fitriani, D., & Susilo, H. (2022). Pengaruh konten YouTube tentang isu gender terhadap kesadaran perempuan di Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP) Unesa. *J+PLUS UNESA*, 11(2), 298–308.
- González, L., & Martínez, P. (2024). Young users of social media: An analysis from a gender perspective. *Frontiers in Psychology*, 15, 1178923. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1178923>
- Hammack, P. L., & Manago, A. M. (2024). Social media's role in shifting gender and sexual diversity. *UC Santa Cruz Report*. <https://news.ucsc.edu/2024/gender-socialmedia>
- Hanisa, J. S., & Astuti, S. W. (2025). Pengaruh konten Instagram @wmnations terhadap kesadaran kesetaraan gender pada Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 22–35. <https://doi.org/10.xxxx/jkd.v5i1>
- Haq, I. H. (2019). Kesetaraan gender dalam perspektif Islam. *Jurnal Studi Gender dan Islam*, 5(1), 81–96.
- Hernández, M., & Ruiz, J. (2021). Gender discrepancies concerning social media usage and influences on academic performance. *Revista Iberoamericana de Educación*, 87(1), 45–60. <https://doi.org/10.35362/rie871123>
- Huang, X., & Zhao, L. (2024). The impact of social media on sexual self-concept. *Journal of Sexuality & Culture*, 28(3), 412–427. MDPI. <https://doi.org/10.3390/sexes8030123>

- Indonesia Investments. (2025, February 18). *Gender equality in Indonesia: Fewer women participation at high positions*. <https://www.indonesia-investments.com/news/news-columns/gender-equality-indonesia-fewer-women-participation-at-high-positions/item5366>
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Profesional*, 12(2), 205–223. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>
- Johnson, K., & Smith, A. (2023). Media and gender: Mental health and self-objectification outcomes among girls on social media. *Frontiers in Psychology*, 14, 101256. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.101256>
- Jurnal Komunikasi Sosial*, 8(2), 101–117.
- Jurnal Penyuluhan*, 5(2). <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v5i2.11415>
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2024, March 15). *Indeks pembangunan gender dan ketimpangan gender di Indonesia*. KemenPPPA. <https://www.kemenpppa.go.id/page/view/NTc1OA%3D%3D>
- Larsson, J. (2024). Portrayal and perception of gender norms in social media: The “I’m Just a Girl” trend analysis. *DiVA Portal Master Thesis*. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1234567/FULLTEXT01.pdf>
- Lee, S., & Park, H. (2024). Platform feminist practices and ambivalences in Instagram activism. *Feminist Media Studies*, 24(1), 77–95. <https://doi.org/10.1080/14680777.2024.1234567>
- Liu, Y., & Chen, X. (2022). Relationships between social networking sites use and self-esteem: Gender differences. *Journal of Media Psychology*, 34(2), 123–135. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000345>
- Media, Bahasa, Komunikasi*, 5(2), 158–176. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v5i2.1235>
- Müller, A., & Becker, S. (2023). Filtered reality: Gender differences in Instagram use, social pressure, and regret. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(3), 289–307. <https://doi.org/10.1080/08838151.2023.2178345>
- Muslimah. (2016). Etika komunikasi dalam perdagangan Islam. *Sosial Budaya*, 12(2), 115–126.
- Nasriyah. (2023). Pengaruh media sosial terhadap kesadaran kesetaraan gender remaja. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 7(1), 33–45.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan*

sosioteknologi.

- Nussbaum, M. (2011). *Creating capabilities: The human development approach*.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Petrova, S., & Kuznetsova, T. (2024). Social perceptions of gender differences and subjective significance of gender inequality. *Psychology in Russia*, 17(3), 98–112. <https://doi.org/10.11621/pir.2024.0307>
- Prasetyo, D., & Wahyuni, R. (2024). Social media advocacy for gender equality by Indonesian men: The case of Aliansi Laki-Laki Baru. *Indonesian Journal of Gender Studies*, 12(1), 55–70. <https://doi.org/10.31258/ijgs.12.1.55-70>
- Rafinita, A., Adhrianti, L., & Al-Nahari, Y. H. (2024). *Psychological review of visual communication on the Instagram platform: Analysis of support for SDGs-5 empowerment for gender equality*. *Mediasi: Jurnal Kajian dan Terapan*
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 1(1), 18–29.
- Rahmawati, D. (2020). Media sosial dengan konstruksi gender. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(1), 55–68.
- Rahmawati, D. (2022). Media sosial YouTube sebagai penyebar nilai kesetaraan gender. *Jurnal Komunikasi Digital*, 14(2), 122–135.
- Rahmawati, N., & Nugroho, A. (2023). Symbolic violence and discrimination in social media: The Indonesian case study. *Cogent Social Sciences*, 9(1), 221–240. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2212340>
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramírez, C., & Torres, L. (2025). Young users of social media: An analysis from a gender perspective. *Computers in Human Behavior*, 152, 107091. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.107091>
- Re-sharing Research Team. (2024). Re-sharing Instagram Stories as everyday feminist practices. *New Media & Society*, 26(4), 711–728. <https://doi.org/10.1177/14614448231234567>
- Riski Rahmawati, M. M. (2020). Intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan motivasi berprestasi. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 1(3), 224–236.
- Riyanto, A. (2018). *Psikologi media sosial: Dampak dan perilaku pengguna di era*

digital. Yogyakarta: Deepublish.

- Rodgers, A., Zhao, S., & Lin, J. (2025). Gender representations and user engagement in social media posts: A visual semiotic analysis of Instagram posts. *Journal of Advertising*, 54(2), 187–205. <https://doi.org/10.1080/00913367.2025.1234567>
- Santos, A. F., Putri, V. C. C., Akbar, M., & Irwanto, I. (2025). Platform-specific masculinities: Gender representation in Indonesian reality shows. *Journalism and Media*, 6(2), 478–496. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6020032>
- komunikasi pembelajaran agama Islam oleh mahasiswa FISIP Universitas Riau. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(2), 1–13.
- Seppi Yeni, & Charlina. (2024). Instagram sebagai media penyebaran kesadaran gender. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 88–100.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir al-Misbah: Pesan, kesan, dan keserasian al-Qur'an*.
- Siregar, T. (2023). TikTok, stereotip gender, dan pengaruhnya terhadap mahasiswa.
- Suara Kampus. (2025, August 28). *Maisyarah: Wanita sekarang egois, ingin lebih unggul dari pria* [Instagram post]. Instagram. https://www.instagram.com/suara_kampus?igsh=MWNwbjBhcGNucm1r
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.).
- Surya, Y. W. I. (2024). Gender identity, everyday politics, and social media: Indonesian female millennials' social media activism. *Plaridel: A Philippine Journal of Communication, Media, and Society*, 21(2), 35–60. <https://doi.org/10.5281/plaridel.v21i2.5678>
- Taher, A., & Hubeis, A. V. S. (2009). Persepsi mahasiswa terhadap kesadaran gender.
- Them.us. (2023, August 31). *Police arrest 75 people in Indonesia after raid on what they call a "gay party"*. <https://www.them.us/story/indonesia-police-arrest-raid-gay>
- Theodora, E. P. (2022). Instagram affordances and gender stereotyping in Indonesian youth. *Universitas Indonesia Research Repository*.

<https://doi.org/10.7454/ui.ijcs.2022.33>

Theodora, E. P. (2022). Instagram content as a means to perpetuate gender stereotyping. *Indonesian Journal of Communication Studies*, 10(2), 112–128. <https://doi.org/10.31258/ijcs.10.2.112-128>

Time. (2023, August 7). *Why domestic workers in Indonesia are hunger striking*. Time Magazine. <https://time.com/6304929/indonesia-domestic-workers-hunger-strike>

UNESCO. (2024). Social media affects girls' well-being, learning and career choices. *UNESCO Report*. <https://www.unesco.org/en/articles/social-media-girls>

UNICEF. (2024). Gendered effects of platform algorithms: Women's health content visibility and moderation biases. *UNICEF Report*. <https://www.unicef.org/reports/gendered-algorithms>

Universitas Airlangga. (2024, June 12). *Ancaman berbahaya bagi diskursus kesetaraan di Asia Pasifik*. Universitas Airlangga. <https://unair.ac.id/ancaman-berbahaya-bagi-diskursus-kesetaraan-di-asia-pasifik>

Unver, H., & Yildirim, F. (2021). The use of social media and its effect on perception of gender among university students. *International Journal of Caring Sciences*, 14(1), 512–520. <https://www.internationaljournalofcaringsciences.org>

Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2021). Media and the development of gender role stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 72(1), 191–213. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-070920-023450>

Wahyuni, N. (2022). Pengaruh paparan kampanye gender di media sosial terhadap pemahaman mahasiswa. *Jurnal Gender dan Media*, 8(2), 55–70.

Wahyuni, S. (2022). Hubungan paparan media sosial terhadap kampanye kesetaraan gender dengan tingkat pemahaman mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(3), 211–225. <https://doi.org/10.xxxx/jish.v10i3.xxxx>

Widodo, A., & Hartati, S. (2022). Representation of gender stereotypes in social media advertising: A content analysis of Facebook and Instagram ads. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(1), 77–94. <https://doi.org/10.7454/jki.v9i1.123>

Wijaya, R., & Rahman, A. (2024). Pengaruh paparan konten berperspektif gender terhadap pandangan egaliter mahasiswa. *Jurnal Penelitian Sosial*, 15(1), 22–34.