

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang ditemukan oleh peneliti membahas mengenai bentuk seksis yang terjadi dalam industri pop media di Indonesia. Penelitian ini dilakukan Fariyah (2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana seksisme yang ada di dalam industri media Indonesia. Penelitian ini menggunakan konsep seksisme (Margaret, 1983). Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ini adalah kualitatif dengan metode studi dokumen. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku seksisme yang terjadi dalam media adalah pandangan bias gender mereka terhadap perempuan baik masyarakat umum maupun pihak-pihak yang berada di industri media, terutama stasiun televisi kapitalisme.

Penelitian kedua membahas mengenai bentuk seksis yang ditemukan dalam pemberitaan di media online, dalam penelitian ini mengenai kasus korupsi. Penelitian dilakukan oleh Ilyas (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana seksisme dipraktikkan dalam berita online kasus korupsi perempuan dan laki-laki. Dalam penelitian ini berita korupsi yang diangkat adalah pelaku korupsi dilakukan Malinda Dee, Ratu Atut Chosiyah, Ahmad Fathanah, dan Tubagus Chaeri Wardana. Penelitian ini menggunakan konsep seksisme dalam membahas topik yang diangkat. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode yang digunakan yaitu studi dokumentasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas media di Indonesia menjadikan tersangka korupsi dengan gender perempuan sebagai objek seksual, hal ini ditunjukkan melalui pemberitaan yang mereka buat seperti menunjukkan tubuh dan penampilan perempuan sebagai berita yang sensasional bahkan berita tersebut sudah di luar topik awalnya yaitu mengenai korupsi, sedangkan berita mengenai tersangka korupsi laki-laki yang diberitakan adalah perempuan yang berada di sekitar mereka juga dijadikan objek seksual bahkan juga dijadikan sebagai sosok yang bersalah atas kasus korupsi yang telah dilakukan laki-laki.

Penelitian ketiga membahas mengenai tren *pick me* yang terjadi dalam media sosial Tiktok. Penelitian ini dilakukan oleh Azizah, Fitri, Maura, Salsabila (2023). Konsep yang digunakan oleh peneliti adalah Psychological distress (John Mirowsky & Catherine E. Ross, 2003), Internalized Misogyny (Piggot, 2004), dan Cyber Bully (Ningrum & Amna, 2020). Penelitian dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk mengetahui adanya korelasi *Internalized Misogyny* dengan *Psychological Distress* serta *Cyber Bullying* pada trend *pick me girl* atau *boy* di Tiktok. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa misogini memberikan pengaruh yang besar terhadap *psychological distress* dibandingkan dengan *cyberbully*.

Penelitian keempat membahas mengenai perilaku seksisme ambivalen, sebuah fenomena menyalahkan korban dan persepsi mengenai korban dalam kekerasan hubungan. Penelitian ini dilakukan oleh Amandasari dan Margaretha (2019). Konsep yang digunakan oleh peneliti adalah seksisme (Glick, 1996). Penelitian ini dilakukan guna mencari tahu mengenai efek dari seksisme ambivalen dan atribusi kesalahan korban mengenai persepsi korban dalam kekerasan di suatu hubungan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang berkontribusi terhadap persepsi korban adalah *benevolent sexism* dan jenis kekerasan. Semakin tinggi sikap *benevolent sexism* yang dimiliki oleh seorang individu, semakin positif persepsi yang dimiliki oleh individu tersebut terhadap korban.

Penelitian kelima membahas mengenai perempuan yang bermain gim dan efek protektif identitas feminis terhadap *internalized misogyny*. Penelitian ini bertujuan untuk mencari bukti potensi pengaruh negatif dari paparan video gim kumulatif untuk beberapa perempuan dan efek perlindungan dari sintesis identitas feminis. Penelitian ini dilakukan oleh McCullough, Wong, dan Stevenson (2019). Penelitian ini menggunakan konsep *internalized misogyny* (Piggott, 2004). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei dalam

pelaksanaannya. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan bermain gim dengan *internalized misogyny* dengan tingkat sintesis yang rendah. Mereka yang menghargai aspek positif pada perempuan memiliki persepsi pada gender yang baik dan realistis menolak untuk memberikan perilaku *internalized misogyny* kepada perempuan dalam gim.

Penelitian keenam membahas mengenai pembungkaman ulang tagar #NotAllMen yang digunakan oleh pihak laki-laki sebagai usaha untuk menolak misogini yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu mengenai pembungkaman ulang tagar #NotAllMen digunakan laki-laki untuk menolak tanggapan misoginis. Penelitian ini dilakukan oleh Jones, Chalupnik, Mackenzie, dan Mullany (2022). Penelitian ini menggunakan *grounded theory* (Charmaz, 2014) dan konsep *misogynistic* (KhosraviNik, 2017). Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan *grounded theory*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa #NotAllMen yang awalnya digunakan sebagai pernyataan protes terhadap tuduhan yang dianggap tidak adil yang ditujukan pada 'semua' laki-laki, berdasarkan hasil penelitian terlihat adanya penggunaan strategi perlawanan dan pemberdayaan yang menantang kebencian terhadap perempuan dengan membungkai ulang tagar dan dengan demikian bertindak sebagai bentuk perlawanan terhadap pesan aslinya.

Penelitian ketujuh membahas mengenai misogini yang terjadi secara daring melalui Youtube terhadap skater profesional perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji komentar yang secara kolektif menargetkan pesaing di tayangan YouTube dari kompetisi skating jalanan perempuan profesional. Penelitian ini dilakukan oleh Brigid McCarthy (2021). Penelitian ini menggunakan konsep atau teori *virtual manhood acts* (Moloney and Love 2018) dan *online misogyny* (Jane, 2014). Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa melalui lensa *virtual manhood acts*, terlihat batasan dalam gender diatur secara online melalui tindakan maskulin seperti bahasa, perbandingan, seksualitas, dan stigmatisasi feminitas non-normatif.

Penelitian kedelapan membahas mengenai sudut pandang perempuan mengenai *internalized misogyny* yang mengubah suatu hubungan antar perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku *internalized misogyny* yang timbul menyebabkan perubahan dalam hubungan perempuan dengan perempuan lainnya. Penelitian ini dilakukan oleh Sue Einhorn (2021). Penelitian ini menggunakan konsep atau teori *misogyny* (Manne, 2017) dan grup *analytic theory* (Dalal, 1998). Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa patriarki membuat perempuan memiliki sikap *internalized misogyny* yang dapat merusak *self-acceptance*, keinginan dalam diri, dan perasaan pribadi. Rasa tersebut menyebabkan perasaan iri dan cemburu, kesepian, dan ketakutan bahwa laki-laki akan menyerang perempuan sehingga menilai perempuan sebagai sebuah kekurangan.

Penelitian kesembilan membahas mengenai misogini dengan perspektif *psychoanalytic*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana perilaku misogoni dan masyarakat yang memperlakukan seseorang berdasarkan jenis kelaminnya melalui perspektif *psychoanalytic*. Penelitian ini dilakukan oleh Marie G. Rudden (2022). Penelitian ini menggunakan konsep atau teori *misogyny* (Manne, 2017) dan *psychoanalytic* (Rene Kaes, 2007). Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa misogini yang terjadi berkaitan dengan ekspektasi gender yang agresif dan kaku, serta fantasi tentang masing-masing gender yang dimiliki oleh orang tua mereka.

Penelitian kesepuluh membahas mengenai perempuan di organisasi Nordic Resistance Movement (NRM) serta online media yang mereka miliki terhadap *internalized misogyny* dan *embedded feminism*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat wacana kontradiktif oleh *'influencer online'* perempuan seputar peran perempuan sebagai *'pejuang ras'* dan *'Nordic wives'*. Penelitian ini dilakukan oleh Tina Askanius (2021). Penelitian ini menggunakan konsep atau teori *misogyny and embedded feminism* (Krista Hunt, 2006). Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kontradiksi dan ambiguitas yang dipertaruhkan dalam keterlibatan perempuan sebagai usaha mobilisasi ekstrem. Analisis menunjukkan

bahwa kontradiksi yang melekat pada supremasi kulit putih sulit dinavigasi, bahkan bagi mereka yang paling tegas mengabdikan diri untuk mengikuti kebijakan gender yang dipetakan oleh kepemimpinan.

Penelitian kesebelas membahas mengenai perkembangan makna misogini. Penelitian ini bertujuan untuk membangun pemahaman tentang misogini untuk upaya keadilan sosial di masa depan. Penelitian ini dilakukan oleh Rachel Loewen Walker (2022). Penelitian ini menggunakan konsep atau teori *misogyny* (Manne, 2016) dan *transmisogyny* (Serano, 2007). Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa logika misogini memberikan pergeseran pada gerakan feminis dan *queer* yang akan datang di kemudian hari.



Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Fariyah (2016)	Ilyas (2016)	Azizah, Fitri, Maura, Salsabila (2023)	Amandasari & Margaretha (2019)	Rudden (2022)	Einhorn (2021)
Judul Artikel	Seksisme Perempuan Dalam Dunia Pop Media Indonesia	Perempuan dan Korupsi: Seksisme Dalam Pemberitaan Media Online	Internalized Misogyny, Psychological Distress, Cyber Bullying pada Trend Pick Me Girl/Boy di TikTok	Ambivalent Sexism, Attribution of Blame to the Victim and Perceptions about Victims of Violence in Relationships	Misogyny and Gender Role Straight-Jackets: A Psychoanalytic Perspective	From a woman's point of view. How internalized misogyny affects relationships between women
Masalah dan Tujuan	Melihat bagaimana permasalahan seksisme perempuan dalam media.	Bertujuan untuk mengetahui bagaimana seksisme dipraktikkan dalam berita online kasus korupsi perempuan dan laki-laki, dalam penelitian ini berita korupsi yang diangkat adalah dua tersangka korupsi perempuan dan dua tersangka korupsi laki-laki.	mengetahui adanya korelasi <i>Internalized Misogyny</i> dengan Psychological Distress serta Cyber Bullying pada trend pick me girl/boy di tiktok.	Mengetahui dampak yang diberikan oleh seksisme ambivalen serta atribusi kesalahan korban terhadap persepsi korban kekerasan dalam suatu hubungan kekasih.	Melihat bagaimana misogini dan masyarakat yang memperlakukan seseorang berdasarkan jenis kelaminnya melalui perspektif <i>psychoanalytic</i> .	Mengetahui bagaimana misogini memengaruhi hubungan perempuan satu sama lain.
Teori dan Konsep	Media Massa, Seksisme (Margaret, 1983)	Media Massa, Seksisme (Margaret, 1983)	Cyberbullying (Şahin, 2012), Internalized Misogyny (Piggott, 2004)	Seksisme (Glick & Fiske, 1996)	Misogyny (Manne, 2017), Psychoanalytic (Rene Kaes, 2007).	Misogyny (Manne, 2017), Group Analytic Theory (Dalal, 1998).
Jenis Penelitian, Metode, Teknik Pengumpulan Data	Kualitatif; Fenomenologi; Observasi	Kualitatif; Fenomenologi; Observasi	Kuantitatif; Studi kasus; Survei	Kuantitatif; Studi kasus; Survei	Kualitatif; Fenomenologi; Wawancara.	Kualitatif; Fenomenologi; Wawancara.
Hasil Kesimpulan	Perilaku seksisme yang ditunjukkan dalam media adalah pandangan bias gender mereka terhadap perempuan baik masyarakat umum maupun pihak-pihak yang berada di industri media, terutama stasiun televisi kapitalisme.	Media menjadikan tersangka korupsi perempuan sebagai objek seksual dengan menampilkan tubuh dan penampilan perempuan sebagai berita sensasional yang bahkan di luar konteks awalnya yaitu korupsi, sedangkan tersangka korupsi laki-laki yang diberitakan adalah perempuan yang berada di sekitar mereka sebagai objek seksual bahkan diberi stigma bersalah atas kasus korupsi yang telah dilakukan laki-laki	Misogini memberikan pengaruh yang besar terhadap <i>psychological distress</i> dibandingkan dengan <i>cyberbully</i> .	Faktor yang berkontribusi terhadap persepsi korban adalah <i>benevolent sexism</i> dan jenis kekerasan. Semakin tinggi sikap <i>benevolent sexism</i> yang dimiliki oleh seorang individu, semakin positif persepsi yang dimiliki oleh individu tersebut terhadap korban.	Peneliti mendapatkan bahwa misogini yang terjadi berkaitan dengan ekspektasi gender yang agresif dan kaku, dan fantasi tentang masing gender yang dimiliki oleh orang tua mereka.	Peneliti mendapatkan bahwa patriarki membuat perempuan <i>internalize misogyny</i> merusakkan self-acceptance, keinginan dalam diri, dan perasaan pribadi. Rasa tersebut menyebabkan perasaan iri dan cemburu, kesepian, dan ketakutan bahwa laki-laki akan menyerang perempuan sehingga menilai perempuan sebagai kekurangan.

Tabel 2.2 Penelitian terdahulu

Nama Peneliti	McCullough, Wong, Stevenson (2020)	Jones, Chalupnik, Mackenzie, Mullany (2022)	McCarthy (2022)	Walker (2022)	Askanius (2022)
Judul Artikel	Female Video Game Players and the Protective Effect of Feminist Identity Against Internalized Misogyny	'STFU and start listening to how scared we are': Resisting misogyny on Twitter via #NotAllMen	'Who unlocked the kitchen?': Online misogyny, YouTube comments and women's professional street skateboarding	Call it Misogyny	Women in the Nordic Resistance Movement and their online media practices: between internalised misogyny and "embedded feminism"
Masalah dan Tujuan	Mencari bukti potensi pengaruh negatif dari paparan video gim kumulatif untuk beberapa perempuan dan efek perlindungan dari sintesis identitas feminis.	Melihat bagaimana pembungkahan ulang tagar #NotAllMen digunakan untuk menolak tanggapan misoginis terhadap contoh kekerasan seksual homosidal.	Penelitian ini mengkaji komentar yang secara kolektif menargetkan pesaing di tayangan YouTube dari kompetisi skating jalanan perempuan profesional.	Peneliti berusaha untuk membangun pemahaman tentang misogini untuk upaya keadilan sosial di masa depan.	Penelitian ini melihat wacana kontradiktif oleh 'influencer online' perempuan seputar peran perempuan sebagai 'pejuang ras' dan 'Nordic Wives'.
Teori dan Konsep	<i>Internalized Misogyny</i> (Piggot, 2004)	Grounded Theory (Charmaz, 2014), Misogynistic 'echo chamber' (KhosraviNik, 2017)	Virtual Manhood Acts (Moloney and Love 2018). Online misogyny (Jane, 2014)	Misogyny (Manne, 2016), Transmisogyny (Serano, 2007).	Misogyny and Embedded Feminism (Krista Hunt, 2006)
Jenis Penelitian, Metode, Teknik Pengumpulan Data	Kuantitatif; Studi Kasus; Survei.	Kualitatif; Studi kasus; Wawancara.	Kualitatif; Fenomenologi; Observasi.	Kualitatif; Fenomenologi; Studi dokumen	Kualitatif; Studi kasus; Wawancara.
Hasil Kesimpulan	Bermain gim berkaitan dengan <i>internalized misogyny</i> , dengan tingkat sintesis yang rendah. Mereka yang menghargai aspek positif pada perempuan memiliki persepsi pada gender yang baik dan realistis menolak untuk memberikan perilaku <i>internalized misogyny</i> kepada perempuan.	#NotAllMen pada awalnya digunakan sebagai pernyataan protes terhadap tuduhan yang dianggap tidak adil yang ditujukan pada 'semua' laki-laki, berdasarkan hasil penelitian terlihat adanya penggunaan strategi perlawanan dan pemberdayaan yang menantang kebencian terhadap perempuan dengan membungkai ulang tagar dan dengan demikian bertindak sebagai bentuk perlawanan terhadap pesan aslinya.	Melalui lensa Virtual Mandhood Acts, terlihat bahwa batasan dalam gender diatur secara online melalui tindakan maskulin seperti bahasa, perbandingan, seksualitas, dan stigmatisasi feminitas non-normatif.	Peneliti mengungkapkan bahwa logika misogini memberikan pergeseran pada gerakan feminis dan queer yang akan datang di kemudian hari.	Terdapat kontradiksi dan ambiguitas yang dipertaruhkan dalam keterlibatan perempuan dalam mobilisasi ekstrem. Analisis menunjukkan bahwa kontradiksi yang melekat pada supremasi kulit putih sulit dinavigasi, bahkan bagi mereka yang paling tegas mengabdikan diri untuk mengikuti kebijakan gender yang dipetakan oleh kepemimpinan.

Terdapat sebelas penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan oleh peneliti, tidak ada satu pun jurnal Indonesia maupun luar negeri yang membahas mengenai kaitan antara konsep *internalized misogyny* dengan penggemar K-pop. Mayoritas jurnal yang membahas mengenai seksis dan misogini mengaitkannya dengan media, industri, dan pekerjaan (Askanius, 2022; Farihah, 2016; Ilyas, 2016; Jones et al., 2022; McCarthy, 2022; McCullough et al., 2020). Penelitian terdahulu lebih menganalisis bagaimana perempuan didiskriminasi di tempat kerja dan terkena *framing* dengan buruk oleh media-media besar (Farihah, 2016; Ilyas, 2016). Kemudian, penelitian yang spesifik membawa topik *misogyny* hanya membahasnya dalam upaya untuk mendapatkan pemahaman lebih mengenai *misogyny* melalui buku, jurnal, dan dokumen terdahulu (Walker, 2022), sedangkan penelitian lainnya mengaitkan *misogyny* pada suatu komunitas di Nordic dalam menggunakan media yang mereka miliki (Askanius, 2022). Terdapat satu penelitian nasional terdahulu yang mengaitkan *internalized misogyny* pada tren pick me girl di Tiktok (Azizah et al., 2023). Kemudian, terdapat satu penelitian internasional terdahulu yang mengaitkan *internalized misogyny* pada perempuan dalam komunitas gim (McCullough et al., 2020). Akan tetapi, tidak ada satupun penelitian terdahulu baik jurnal nasional maupun internasional yang membahas *internalized misogyny* dalam industri hiburan di Korea, terutama *public figure* K-pop.

Oleh karena itu, fokus dari penelitian ini membahas konsep *internalized misogyny* pada perempuan di kalangan penggemar K-pop Indonesia yang dilihat melalui ilmu komunikasi dengan menganalisis komunikasi intrapersonal yang terjadi pada penggemar K-pop terkait bagaimana dirinya memaknai *public figure* perempuan di media sosial. Kemudian, penelitian ini juga ingin melihat apa yang melatarbelakangi penggemar K-pop melakukan tindakan *internalized misogyny* tersebut.

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.

2.2.1 Diskriminasi Gender dan Seksisme

Diskriminasi gender merupakan istilah yang digunakan ketika terdapat perlakuan yang berbeda terhadap gender (*gender differences*). Ketidakadilan gender akibat seksisme dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti marginalisasi, subordinasi, stereotipe, kekerasan, dan standar ganda (Chotban & Kasim, 2020).

Banyak ketidakadilan gender berakar dari stereotip tentang seseorang atau sekelompok orang. Sejak kecil, kita sering dihadapkan pada stereotip yang memisahkan laki-laki dengan maskulinitas dan perempuan dengan feminitas (Saguni, 2014).

Seiring proses sosialisasi gender yang ditanamkan dari masa kanak-kanak hingga dewasa, kita terus dihadapkan pada penormalisasian seksisme yang tak terhitung jumlahnya, baik disengaja maupun tidak. Seksisme adalah prasangka bahwa satu jenis kelamin lebih unggul dari yang lain (Lediamelia, 2020). Seksisme ini dapat kita temukan dalam semua aspek kehidupan, salah satunya adalah pola pikir seksisme yang dijumpai dalam pemberitaan di media sosial, seksisme dalam media muncul dari pandangan bias gender terhadap perempuan. Konsep seksisme juga dapat mengarah pada bentuk diskriminasi yang lebih ekstrim yang dikenal sebagai misogini.

2.2.2 *Internalized Misogyny*

Misogini dan *internalized misogyny* merupakan dua fenomena yang saling terkait, kedua fenomena tersebut membahas mengenai diskriminasi atau perlakuan tidak adil yang didapatkan oleh perempuan dengan pandangan yang merendahkan perempuan dari masyarakat bahkan oleh perempuan itu sendiri. Misogini sendiri merupakan sebuah kebencian atau rasa tidak suka yang dimiliki individu terhadap perempuan. Misogini dapat dilakukan dalam beberapa cara diantaranya seperti diskriminasi, kekerasan, dan objektifikasi seksual terhadap perempuan (Code,

2000: 346). Selain itu, misogini dapat dilihat dalam budaya populer, di mana perempuan sering digambarkan sebagai objek seksual atau penghias belaka. Misogini mempengaruhi masyarakat secara keseluruhan, termasuk individu, karena menghalangi perempuan untuk memaksimalkan potensi mereka dan berkontribusi secara merata dalam berbagai aspek kehidupan mereka.

Salah satu aspek misogini yang perlu dipahami bahwa tidak hanya laki-laki yang dapat melakukan bentuk atau pola perilaku misogini tetapi perempuan juga dapat terlibat dalam perilaku dan pola pemikiran misogini. Misogini yang dilakukan oleh perempuan disebut juga dengan *internalized misogyny*. Menurut Piggot dalam McCullough, Wong, & Stevenson (2020, p. 5-6), *internalized misogyny* adalah suatu kondisi yang menunjukkan perempuan merendahkan, mempermalukan, dan meragukan kapabilitas perempuan lain maupun diri sendiri serta memiliki bias dengan cara pandang laki-laki. Kemudian, Gartler dalam Wilson (2021, p. 2) mengungkapkan bahwa perilaku misogini terjadi dalam dua jenis peristiwa seksisme, yaitu *hostile sexism* dan *benevolent sexism*. *Hostile sexism* merupakan tindakan seksisme yang dilakukan secara agresif dan terang-terangan menunjukkan kebencian terhadap perempuan, sedangkan *benevolent sexism* adalah perilaku positif yang diselubungi dengan sikap seksis (Wilson, 2021, p. 2). Terdapat 3 dimensi yang dikemukakan oleh Piggot dalam menilai seseorang melakukan upaya *internalized misogyny*, di antaranya merendahkan perempuan, ketidakpercayaan terhadap perempuan, dan bias gender yang mendukung laki-laki (Szymanski et al., 2009, p. 103).

Dikatakan oleh Spengler (dalam Dehlin & Galliher, 2019, p. 256) bahwa *internalized misogyny* muncul disebabkan dua faktor utama, yaitu adanya objektivitas diri sendiri dan penerimaan peran gender secara pasif. Kemudian, Szymanski menambahkan bahwa *internalized misogyny* terjadi karena masih banyaknya orang yang mendukung pola pikir seksisme dan patriarki. Di sisi lain, Constantinescu (2021, p. 122) menyebutkan bahwa terdapat dua hal yang

memengaruhi *internalized misogyny*, yaitu pola pikir perempuan yang takut kehilangan penghargaan sosial dan adanya stereotip terhadap diri sendiri.

Disebutkan oleh Spengler dalam Dehlin & Galliher (2019, p. 256) bahwa terdapat beberapa dampak negatif yang dirasakan oleh korban *internalized misogyny*, yaitu perampasan identitas, stres psikologis, gangguan makan, dan penyakit mental. *Internalized misogyny* juga dapat berdampak negatif pada perempuan seperti menghancurkan persahabatan antar perempuan, melemahkan gerakan feminis, dan membatasi pilihan perempuan, seperti cara berpakaian, cara memilih warna, dan lain-lain (Jani, 2020). Salah satu bentuk tindakan *internalized misogyny* yang dapat kita lihat dengan mudah adalah perlakuan penggemar K-pop perempuan terhadap *public figure* perempuan di industri hiburan Korea. *internalized misogyny* yang dilakukan oleh penggemar K-pop sering terjadi dalam bentuk tindakan meremehkan atau membatasi perempuan dalam industri K-pop. Beberapa penggemar mungkin mengkritik penampilan fisik dan gaya berpakaian idola perempuan, atau membandingkan mereka dengan idola laki-laki dalam hal kemampuan dan prestasi (Haydn-an, 2020).

2.2.3 Penggemar K-pop

Persebaran *Korean wave* yang dapat diakses melalui internet seperti media sosial memudahkan siapapun untuk mendapatkan informasi K-pop yang tersedia dalam berbagai bahasa. Keterbatasan akan perbedaan bahasa akhirnya juga dapat diatasi dengan makin banyaknya *fans* (penggemar) atau-pun *non-fans* yang membuat terjemahan K-drama atau pun Musik K-pop. Lantas hal tersebut lah yang membuat semakin banyaknya orang-orang yang menaruh minat terhadap budaya pop Korea Selatan akan semakin mudah dan semakin menyukainya. Pada akhirnya sebutan “*Fans Korea*” menjadi satu label bagi orang-orang yang menaruh minat pada segala bentuk budaya yang dibawa oleh Korea Selatan (Rinata & Dewi, 2019).

Duffet (2013, p. 76) menjelaskan bahwa penggemar adalah seseorang yang memiliki ketertarikan pada beberapa objek yang diminati (misalnya *public figure* K-pop) dan merasakan hubungan yang dekat dengannya. Tidak hanya itu, individu sebagai penggemar berani mengekspresikan dirinya dalam segala bentuk, baik dalam bentuk kreatif (seperti membuat lukisan, foto, dan video *public figure* K-pop yang digemari) maupun gaya tertentu (seperti mendengar atau menonton diskografi sang *public figure*).

Dalam interaksi dan komunikasi, penggemar akan menjadi individu yang aktif dan berusaha untuk selalu berpartisipasi dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh *public figure* yang mereka gemari. Interaksi dan komunikasi antara penggemar dan *public figure* lebih banyak melalui media tertentu, salah satunya adalah media sosial. Meskipun interaksi antara penggemar dan *public figure* dibatasi oleh media, hal ini tidak menghalangi penggemar untuk terus berkomunikasi dengan *public figure*. Di sisi lain, penggemar semakin termotivasi untuk aktif terlibat dan mendukung *public figure* yang digemari melalui media (Click & Scott, 2017, p. 27).

Melalui media sosial, penggemar K-pop dapat melakukan suatu kegiatan yang disebut dengan “*fansirling*”, sebuah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan kegembiraan berlebih terhadap suatu kelompok idola tertentu seperti *idol* K-pop. *Fansirling* berasal dari kata “*fans-girl*”, sedangkan *fans* laki-laki dikenal dengan istilah “*fans-boys*”. *Fansgirl* dan *fansboy* sering dibedakan oleh praktik-praktik tertentu yang mereka lakukan di dalam fandom (Rinata & Dewi, 2019).

2.2.4 Media Sosial dan *Internalized Misogyny*

Sudah tidak dapat dipungkiri lagi bahwa perkembangan media sosial terjadi sangat pesat bahkan memberikan pengaruh yang luar biasa bagi masyarakat Indonesia (Doni, 2022). Berdasarkan informasi yang didapat dari ‘Indonesian Digital Report 2022’ menyebutkan bahwa 73.7% masyarakat Indonesia telah aktif menggunakan

internet untuk mengakses beberapa platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan platform lainnya. Hal tersebut pula yang memudahkan masyarakat untuk saling terhubung satu sama lain seperti keluarga, teman, dan *public figure* dalam negeri maupun *public figure* yang berada di luar negeri seperti idola Pop Korea.

Media sosial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan K-pop sebagai industri musik global yang populer. Melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, Twitter, dan TikTok membantu industri K-pop untuk menjadi lebih terbuka dan terjangkau bagi penggemar di seluruh dunia, melalui sosial media pula artis K-pop dapat berinteraksi secara langsung dengan penggemarnya untuk mempromosikan karya mereka dengan lebih efektif seperti berbagi video musik, foto, dan konten eksklusif (Kharimah, 2021).

Selain itu, media sosial juga memainkan peran penting dalam pembentukan identitas dan citra artis K-pop. Sebagian besar grup K-pop memiliki akun media sosial yang dioperasikan secara terpusat oleh agensi mereka sehingga membantu *public figure* untuk mempromosikan citra merek dan estetika grup. Banyak penggemar K-pop juga menggunakan media sosial untuk membuat konten kreatif seperti gambar dan video, yang dapat membantu memperkuat identitas *public figure* dan menciptakan komunitas penggemar yang kuat (Duffet, 2013, p. 76).

Namun, perkembangan media sosial juga membawa dampak negatif bagi masyarakat. Salah satu dampak negatif dari media sosial adalah maraknya ujaran kebencian publik terhadap suatu individu, bahkan dapat mempengaruhi opini publik terhadap suatu isu, seperti perilaku *internalized misogyny* yang menyerang *public figure* perempuan Korea di media sosial (Yumni, 2022).

Media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku *internalized misogyny* yang dilakukan oleh penggemar K-pop, seperti adanya perbandingan antara *public figure* perempuan dan laki-laki di media sosial. Penggemar K-pop

seringkali membandingkan *public figure* perempuan dan laki-laki dalam hal penampilan, kemampuan, dan popularitas. Hal ini dapat menyebabkan *public figure* perempuan menjadi target kebencian oleh penggemar K-pop tidak hanya laki-laki bahkan penggemar K-pop perempuan sekalipun, mereka tidak hanya meremehkan kemampuan mereka sebagai *public figure* tetapi juga memperlakukan *public figure* perempuan sebagai objek seksual. Pengaruh media sosial pada tindakan *internalized misogyny* di kalangan penggemar Kpop terutama mereka yang berada dalam generasi Z menunjukkan bahwa media sosial dapat memperkuat pandangan negatif terhadap perempuan (Adrielliva, 2021).

2.2.5 Generasi Z

Generasi adalah sebuah kelompok yang terdiri dari individu-individu yang lahir dengan rentang waktu berdekatan, generasi disebut seperti budaya yang memiliki sikap, keyakinan, perilaku, dan norma sosial (Seemiller & Grace, 2016, p. 24). Setiap individu di generasi yang berbeda-beda pasti akan menyaksikan terjadinya pergantian generasi ke generasi lainnya sehingga mereka perlu beradaptasi dengan perkembangan yang terjadi, individu akan menemukan kekurangan dan kelebihan suatu generasi selama proses perubahan tersebut.

↓	Veteran generation (1925 - 1946)
	Baby boom generation (1946 - 1960)
	X generation (1960 - 1980)
	Y generation (1980 - 1995)
	Z generation (1995 - 2010)
	Alfa generation (2010 +)

Gambar 2.1 Tabel generasi

Sumber: Bencsik, Csikos, dan Juhez (2016, p. 92)

Disebutkan oleh Bencsik, Csikos, dan Juhez (2016) bahwa generasi Z masuk kedalam kelompok orang-orang yang lahir pada tahun 1995 – 2010. Setiap

generasi memiliki karakteristik nya masing-masing, generasi Z merupakan generasi yang baru saja memasuki angkatan kerja, mereka biasa disebut dengan sebutan iGeneration atau generasi internet. Terdapat 7 ciri-ciri yang dimiliki oleh orang-orang yang lahir dalam generasi Z (Stillman & Stillman, 2017, p. 4-5), yaitu:

- *Phiygital* (fisik dan digital)
Generasi Z telah melihat semua kemajuan teknologi di dunia. Mereka hidup di dunia baru dengan kondisi teknologi berkembang sangat pesat dan penghalang antara fisik dan digital telah dihilangkan. Mereka melihat adopsi digital sebagai solusi untuk meningkatkan budaya suatu organisasi.
- Hiper-kustomisasi
Generasi Z akan selalu berupaya untuk menyesuaikan diri mereka agar semakin dikenal oleh setiap individu yang mereka temui. Kemampuan tersebutlah yang membuat individu lainnya sulit untuk membedakan perilaku dan keinginan mana yang individu generasi Z miliki dan bukan mereka miliki.
- Realistis
Generasi Z telah mengalami masa krisis sejak masa kanak-kanak dan mengembangkan cara berpikir pragmatis untuk mempersiapkan hal-hal yang akan terjadi di kemudian hari.
- FOMO (*Fear of Missing Out*)
Generasi Z adalah individu yang sangat takut ketinggalan akan suatu p. Mereka selalu berada di garis depan dalam tren dan persaingan. Namun, hal yang menjadikan ini sesuatu yang buruk adalah kekhawatiran terus-menerus ketika mereka kurang cepat dibandingkan yang lainnya dan tidak berada posisi yang benar.
- '*Weconomist*'

Generasi Z sangat akrab dengan ekonomi berbagi, generasi Z memanfaatkan kekuatan dari “kami” untuk memanfaatkan peran mereka sebagai individu yang dermawan.

- *DIY (Do it Yourself)*

Generasi Z memiliki sikap yang sangat mandiri dan tidak sesuai dengan budaya kolektif yang sebelumnya diusung oleh generasi milenial. Generasi Z percaya pada pepatah, "Jika Anda ingin menyelesaikan sesuatu, lakukan sendiri."

- *Kompetitif*

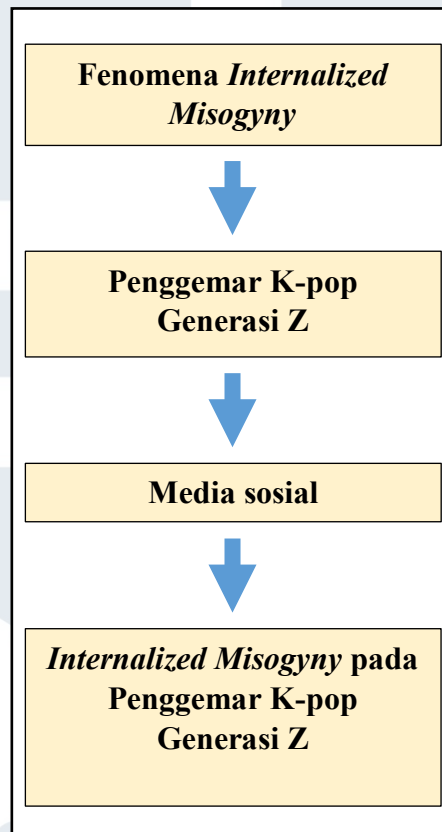
Generasi Z merupakan individu-individu yang selalu siap dan giat dalam usaha mereka untuk kompetitif satu dengan yang lainnya, hal ini lantas menjadi pembeda generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya yang cenderung kolektif.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3 Alur Penelitian

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, berikut adalah alur penelitian dalam penelitian ini.



Gambar 2.2 Alur Penelitian