Jurnal Cyber PR, Volume 6, No. 2, Desember 2026, Hal. 405–420
ISSN (online) 2798 - 0561

Small Stories dan Komentar Misoginis pada Akun Selebriti Perempuan di Instagram

Primada Qurrota Ayun

Universitas Gadjah Mada
Bulaksumur, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
Indonesia
*Email Korespondensi: primadaqa.ayu@gmail.com

Submitted: 04-30-2026, Accepted: 10-19-2026, Published: 11-12-2026

Abstract - Instagram has become an important space for female celebrities, commonly known as *selebgram*, to present their private lives and construct socially desirable identities. However, self-presentation on Instagram also exposes women to misogynistic discourse and gender-based hostility. This study aims to examine forms of misogynistic discourse directed at female celebrities through Instagram comments and how such hostility is constructed in response to their personal narratives. Using a descriptive textual approach with a narrative perspective, the study analyzes Instagram posts and accompanying comments. The data consist of personal narratives shared by female celebrities and comments containing aggressive expressions, sexual remarks, moral judgments, and negative responses from netizens. The findings show that misogynistic comments frequently target women's behavior, appearance, sexuality, and personal choices. Religious discourse and prevailing social norms are also used to legitimize gendered judgments. The study contributes to understanding Instagram as both a space for identity construction and a digital arena where patriarchal values and gender-based hostility are reproduced.
Keywords*: Small Stories; Instagram Celebrities; Women; Misoginystic*

Abstrak - Instagram telah menjadi ruang penting bagi selebritas perempuan, yang umum dikenal sebagai *selebgram*, untuk menampilkan kehidupan pribadi dan membangun identitas yang dianggap diinginkan secara sosial. Namun, presentasi diri di Instagram juga membuat perempuan rentan terhadap wacana misoginis dan permusuhan berbasis gender. Penelitian ini bertujuan mengkaji bentuk-bentuk wacana misoginis yang ditujukan kepada selebritas perempuan melalui komentar Instagram serta bagaimana permusuhan tersebut dibangun sebagai respons terhadap narasi personal mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan tekstual deskriptif dengan perspektif naratif untuk menganalisis unggahan Instagram dan komentar yang menyertainya. Data penelitian berupa narasi personal yang dibagikan selebritas perempuan beserta komentar yang mengandung ungkapan agresif, pernyataan seksual, penilaian moral, dan respons negatif dari warganet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komentar misoginis sering kali menyoroti perilaku, penampilan, seksualitas, dan pilihan personal perempuan. Wacana agama dan norma sosial yang berlaku juga digunakan untuk melegitimasi penilaian berbasis gender. Penelitian ini berkontribusi dalam memahami Instagram sebagai ruang konstruksi identitas sekaligus arena digital tempat nilai-nilai patriarki dan permusuhan berbasis gender direproduksi.
Kata kunci: *Cerita kecil; Selebriti Instagram; Perempuan; Misoginis*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi saat ini artis tidak hanya berasal dari seorang yang terkenal di media konvensional, tetapi mereka yang berada di dunia maya juga dapat dijadikan sebagai artis karena banyaknya jumlah orang yang mengikuti mereka (*followers)*. Pada 2020, menurut data yang dirilis *Napoleon Cat*, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram

DOI: 10.32509/cyberpr.v6i2.7066
CC BY-NC-SA 4.0. Copyright © 2026 The Author(s).

di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Pencapaian itu merupakan peningkatan dari bulan ke bulan atas penggunaan platform berbagi foto ini (Iman, 2020).

Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna berbagi foto, video, *Stories*, siaran langsung, serta berinteraksi melalui komentar, pesan pribadi, dan fitur jejaring lainnya. Platform ini diluncurkan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, lalu diakuisisi oleh Meta Platforms pada tahun 2012. Instagram berkembang menjadi salah satu media sosial paling populer di dunia karena menggabungkan komunikasi visual, kemudahan penggunaan, dan interaksi sosial dalam satu aplikasi (Leaver et al., 2020).

Dalam perkembangannya, Instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga menjadi ruang komunikasi digital yang memengaruhi budaya populer, pemasaran, dan hubungan sosial. Fitur seperti *Explore*, *Reels*, dan sistem algoritma memungkinkan pengguna menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga platform ini berfungsi sebagai ruang publik digital tempat tren, opini, dan gaya hidup beredar secara cepat. Menurut Van Dijk (2013) media sosial seperti Instagram merupakan bagian dari budaya konektivitas (*culture of connectivity*), yaitu lingkungan digital yang membentuk interaksi sosial melalui data, algoritma, dan partisipasi pengguna.

Instagram melahirkan fenomena baru di Indonesia berupa *selebgram*, yaitu singkatan dari "selebriti Instagram", yaitu pada individu yang memperoleh popularitas, pengaruh, dan basis pengikut besar melalui konten yang mereka unggah di media sosial. Selebgram di Indonesia umumnya dikenal melalui konten seputar gaya hidup, kecantikan, keluarga, hiburan, kuliner, hingga motivasi. Berbeda dengan selebritas konvensional yang populer melalui televisi atau film, selebgram membangun ketenaran melalui kedekatan digital dengan pengikut, interaksi langsung, serta konsistensi personal branding.

Dengan perkembangan instagram saat ini mempunyai istilah "influencer", yaitu orang yang memiliki banyak pengikut atau followers dan memiliki pengaruh besar pada pengikut dan penontonnya (Ramadhani & Hadi, 2023 dalam (Titania & Sudradjat, 2023)). Figur *influencer* digital memperoleh legitimasi bukan dari institusi media tradisional, melainkan dari relasi afektif dengan audiens dan kemampuan membangun autentisitas di ruang daring (Abidin, 2018). Mereka memanfaatkan Instagram sebagai ruang presentasi diri, membangun komunitas pengikut, dan mengubah popularitas digital menjadi modal ekonomi. Adanya konsep *micro-celebrity*, yaitu praktik menjadikan diri sebagai merek yang dipasarkan kepada audiens digital (Senft, 2008). Selebgram di Indonesia terdiri dari aktris perempuan yang awalnya sudah di kenal sebagai selebriti dan ada juga yang merupakan *influencer*, mereka yang dikenal melalui media sosial karena aktivitasnya di media sosial.

Namun, tingginya visibilitas selebgram juga membuat mereka rentan mengalami *cyberbullying*. *Cyberbullying* adalah tindakan menyerang, mempermalukan, menghina, mengintimidasi, atau menyebarkan kebencian melalui media digital secara berulang atau berdampak merugikan korban (Patchin & Hinduja, 2015). Dalam konteks selebgram Indonesia, bentuk *cyberbullying* sering muncul melalui komentar body shaming, ujaran misoginis, hinaan terhadap kehidupan pribadi, hingga penyebaran rumor.

Instagram juga menghadirkan berbagai tantangan, seperti budaya perbandingan sosial, tekanan penampilan ideal, objektifikasi tubuh, dan perundungan siber. (Gill, 2007) menyoroti bahwa media visual modern sering memperkuat standar kecantikan tertentu dan mendorong perempuan untuk terus menampilkan tubuh yang sesuai ekspektasi sosial. Dalam konteks ini, Instagram tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga arena kontestasi sosial yang memengaruhi kesehatan mental, relasi sosial, dan persepsi diri penggunanya. Sayangnya, para

selebriti instagram yang gemar menampilkan kehidupannya sering mendapatkan ujaran kebencian (*hate speech*) dari netizen yang mengikuti akun artis tersebut. Salah satu contohnya adalah kasus video asusila yang menimpa Gissela Anastasia, juga menjadi bumerang bagi dirinya saat memposting segala hal yang ada di dalam instagramnya. Bahkan banyak juga netizen yang berkomentar tidak sesuai dengan *caption* (keterangan) yang ditulisnya.

Gambar 1.
Foto Instagram *@gisel_la* dengan caption Bangga dan komentar netizen



Komentar dari *@sofie.mo*** *"Bangga apanyaaaaaaaaa"* mendapatkan 163 likes dan 6 komentar di bawahnya. *@nch*** *"Bangga aib nyebarin seisi badan sampai heboh go internasional keren disel kebal hukum ya, jd gk senaseb seperti boril dlu"* mendapatkan 149 likes dan 17 komentar. Padahal jika kita melihat *caption* dan foto yang ditampilkan Gissel adalah dia sedang menggendong Gempi.

Ujaran kebencian adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang berupa hinaan, provokasi, *body shaming*, dan hasutan yang ditujukan kepada sekelompok orang atau individu. Hasil survei terbaru yang dilakukan oleh Digital Civility Index 2020, Netizen Indonesia paling tidak sopan di Asia Tenggara. Kesopanan netizen Indonesia bahkan jadi salah satu yang terburuk dari 32 negara dalam survei tersebut. Kesopanan netizen Indonesia juga menempati posisi 29 dari 32 negara yang disurvei Microsoft (Kumparan, 2021). Ujaran kebencian yang disampaikan seseorang tersebut didasari atas prasangka buruk terhadap suatu identitas orang maupun kelompok. Perempuan menjadi salah satu sasaran empuk dalam perilaku ujaran kebencian, dan sebagainya.

Hasil kajian berbagai penelitian pada periode 2020–2022 menunjukkan bahwa komentar misoginis terhadap artis perempuan di media sosial merupakan fenomena yang masif dan sistemik. Sebuah laporan dari Center for Countering Digital Hate (CCDH) pada tahun 2022 menemukan bahwa perempuan publik figur di Instagram menerima ribuan pesan langsung yang mengandung pelecehan berbasis gender, termasuk ancaman kekerasan dan ujaran kebencian seksual. Dalam analisis terhadap 8.717 pesan yang dikirim kepada beberapa figur publik perempuan, ditemukan bahwa bentuk misogini tidak hanya eksplisit, tetapi juga terselubung dalam bentuk penghinaan, objektifikasi, serta delegitimasi pengalaman perempuan (Paul, 2020). Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial belum mampu memberikan perlindungan yang memadai terhadap perempuan, terutama mereka yang berada di ruang publik digital.

Selain itu, penelitian mengenai *celebrity appearance-shaming* menunjukkan bahwa komentar misoginis sering kali berfokus pada aspek fisik perempuan. Studi dalam jurnal menegaskan bahwa selebritas perempuan kerap menjadi sasaran komentar yang menilai tubuh mereka sebagai "terlalu gemuk," "tidak menarik," atau bahkan "tidak bermoral," yang memperlihatkan standar gender yang bias dan tidak proporsional (Ouvrein et al., 2021). Praktik ini tidak hanya berdampak pada citra publik selebritas, tetapi juga memperkuat norma sosial yang menempatkan perempuan sebagai objek visual yang harus memenuhi ekspektasi tertentu. Dalam konteks ini, misogini beroperasi melalui mekanisme normalisasi kritik terhadap tubuh perempuan sebagai sesuatu yang wajar dalam ruang digital.

Fenomena misogini juga terlihat dalam kasus-kasus spesifik yang melibatkan artis perempuan, seperti yang dialami oleh Megan Thee Stallion pada tahun 2020. Setelah menjadi korban kekerasan, ia justru menghadapi gelombang komentar negatif, pelecehan, dan disinformasi di media sosial yang meragukan pengalaman traumatisnya. Kasus ini menunjukkan bagaimana perempuan, bahkan sebagai korban, tetap menjadi target serangan berbasis gender yang merendahkan kredibilitas dan pengalaman mereka (Paul, 2020). Hal ini memperlihatkan adanya kecenderungan *victim blaming* yang kuat dalam budaya digital, di mana perempuan sering kali disalahkan atau tidak dipercaya dalam narasi publik.

Secara keseluruhan, berbagai data dan penelitian tersebut mengindikasikan bahwa misogini di media sosial pada periode 2020–2022 bukanlah fenomena insidental, melainkan bagian dari struktur komunikasi digital yang lebih luas. Misogini tidak hanya muncul dalam bentuk ujaran kebencian langsung, tetapi juga dalam bentuk komentar sehari-hari yang mengandung bias gender, pengawasan moral, dan standar ganda terhadap perempuan. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai ruang reproduksi norma patriarkal yang terus memperkuat posisi subordinat perempuan di ruang publik digital (Strathern & Pfeffer, 2023).

Penelitian mengenai misogini di media sosial berkembang melalui beberapa fokus, antara lain bentuk kebencian terhadap perempuan, penilaian atas tubuh dan penampilan perempuan, serta penggunaan narasi digital sebagai praktik sosial. Salah satu landasan penting untuk memahami narasi personal di media sosial adalah konsep small stories yang dikembangkan dalam kajian Bamberg dan Georgakopoulou (2008). Perspektif ini memperluas pemahaman tentang narasi dengan memberi perhatian pada cerita-cerita singkat, fragmen pengalaman, dan praktik bercerita dalam interaksi sehari-hari. De Fina dan Georgakopoulou (2008) juga menekankan pentingnya memandang narasi sebagai praktik sosial, bukan sekadar teks yang berdiri sendiri. Kedua pendekatan ini relevan untuk menganalisis unggahan dan komentar Instagram karena makna suatu cerita dapat terbentuk melalui konteks interaksi serta posisi para pihak yang terlibat.

Studi yang dilakukan oleh Febryanti et al., (2024), mengkaji tentang komentar misoginis pada akun @Lesti Kejora. Penelitian tersebut menggunakan *Small Story Research* untuk mengkaji komentar yang muncul setelah Lesti Kejora mencabut laporan kekerasan dalam rumah tangga. Temuannya mencakup narasi mengenai perempuan yang dianggap tidak kompeten, tubuh sebagai nilai utama perempuan, dan pembatasan ekspresi diri perempuan. Studi ini menunjukkan bahwa komentar singkat dapat menjadi sarana reproduksi penilaian yang merendahkan dan membatasi perempuan.

Abidin, (2018) memberikan konteks mengenai selebritas internet dan hubungan antara figur yang dikenal secara daring dengan audiensnya. Dalam konteks Instagram, selebriti perempuan tidak hanya hadir sebagai produsen konten, tetapi juga sebagai figur publik yang kehidupan personalnya dapat diakses dan dikomentari oleh pengikut maupun pengguna lain. Kondisi ini

menjadikan unggahan mengenai pengalaman pribadi sebagai bagian dari relasi antara visibilitas publik dan evaluasi audiens.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap hubungan antara cerita pendek yang dibagikan oleh selebriti perempuan di Instagram dan munculnya komentar misoginis sebagai respons terhadap narasi tersebut. Penelitian terdahulu menekankan tema narasi misoginis atau makna ujaran dalam komentar, penelitian ini menempatkan cerita personal selebriti perempuan sebagai konteks awal untuk menelusuri bagaimana respons audiens berkembang menjadi penilaian moral dan, dalam kasus tertentu, permusuhan berbasis gender.

Dengan menggunakan analisis tekstual-naratif, penelitian tidak hanya mengidentifikasi bentuk komentar misoginis, tetapi juga melihat bagaimana komentar tersebut merespons cerita, pengalaman, pilihan, tubuh, perilaku, dan posisi sosial perempuan. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana komentar misoginis muncul sebagai respons terhadap cerita pendek atau narasi personal selebriti perempuan di Instagram, serta mengidentifikasi bentuk-bentuk penilaian berbasis gender yang direproduksi melalui komentar tersebut.

Metodologi

Penelitan ini adalah studi tekstual bertipe deskriptif dengan memakai pendekatan naratif. Naratif dalam kaitan ini merujuk pada pembaruan berbagai status (*status updates*) di Instagram. Dengan demikian, narasi dipahami sebagai "cerita-cerita kecil" (*"small stories"*) yang menangkap keseluruhan aneka aktivitas penuturan yang tidak terwakili dalam narasi-narasi besar atau kanonik. Cerita-cerita kecil itu merupakan peristiwa-peristiwa yang baru saja terjadi atau sedang berlangsung. (De Fina & Georgakopoulou, 2008).

Sumber data penelitian ini berupa unggahan Instagram yang membentuk cerita-cerita pendek (*small stories*) pada akun selebriti perempuan beserta komentar yang diberikan oleh pengguna Instagram. *Small stories* merupakan cerita pengalaman, peristiwa, atau aktivitas sehari-hari yang dikisahkan dalam konteks tertentu dan bersifat interaktif (De Fina & Georgakopoulou, 2008).

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi terhadap unggahan dan komentar yang tersedia secara publik di Instagram. Data diperoleh melalui penelusuran terhadap akun yang menjadi objek penelitian, kemudian didokumentasikan dalam bentuk teks, gambar, video, dan emoji. Penelitian berfokus pada tiga akun selebriti perempuan yang dipilih karena menjadi objek pembicaraan di media sosial yaitu *@rachelvennya*, *@shandyaulia*, dan *@gisel_la*. Untuk pengolahan data menggunakan metode analisis konten kualitatif. Menurut Mayring (2014) (Suryaputra & Bahri, 2026), metode ini adalah metode analisis teks yang berfokus pada interpretasi sistematis, berbasis pada aturan tertentu, dan bersifat kontekstual terhadap materi kualitatif. Pendekatan ini menggabungkan prosedur analisis induktif dan deduktif untuk mengidentifikasi kategori-kategori tematik yang muncul dari data.

Data penelitian pada tiga akun Instagram selebriti perempuan, yaitu *@rachelvennya*, *@shandyaulia*, dan *@gisel_la*. Berdasarkan penghitungan entri komentar yang dapat diidentifikasi dalam dokumen, terkumpul 344 entri komentar awal, yang terdiri atas 62 komentar pada akun @shandyaulia, 222 komentar pada akun @rachelvennya, dan 60 komentar pada akun @gisel_la. Jumlah tersebut merupakan keseluruhan entri yang terdokumentasi sebelum penyaringan analitis.

Seleksi posting dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan keberadaan cerita personal, relevansi konteks dengan kehidupan atau pilihan perempuan, keterkaitan komentar dengan unggahan, serta ketersediaan informasi yang memadai untuk menafsirkan interaksi.

Selanjutnya, komentar diseleksi melalui dua tahap. Tahap pertama mengidentifikasi komentar yang relevan dengan cerita personal dan penilaian audiens terhadap perempuan. Tahap kedua memeriksa komentar berdasarkan konteks, sasaran, pilihan bahasa, dan indikasi reproduksi stereotip atau ketimpangan gender.

Unit analisis utama penelitian adalah komentar individu (netizen), sedangkan unggahan atau cerita pendek menjadi konteks yang digunakan untuk memahami kemunculan komentar tersebut. Analisis dilakukan dengan menghubungkan isi cerita dengan respons audiens melalui tiga aspek, yaitu *ways of telling*, *sites*, dan *tellers*. *Ways of telling* digunakan untuk melihat cara cerita disampaikan melalui pilihan bahasa dan sumber daya semiotik; *sites* melihat Instagram sebagai ruang sosial tempat interaksi berlangsung; sedangkan *tellers* melihat posisi para pihak yang terlibat dalam aktivitas naratif (Georgakopoulou, 2015). Kerangka tersebut sesuai dengan proposal yang menggunakan pendekatan naratif untuk memahami *small stories* sebagai aktivitas komunikasi interaktif.

Teknik menganalisis cerita kecil atau *small stories,* mengacu pada tiga hal yang terpisah tetapi memiliki tingkat analisis yang saling terkait, yaitu; (1) *ways of telling* – yaitu cara bercerita yang mengacu mengenai bagaimana komunikasi itu dilakukan dengan mempertimbangkan nilai – nilai sosiokultural, semiotika, dan pilihan verbal tertentu dalam cerita, (2) *sites* – mengacu kepada ruang sosial atau tempat dimana kegiatan naratif itu dilakukan dan menunjukkan konteks situasional dari setting fisik ke alat mediasi yang digunakan, dan (3) *tellers* – mengacu pada peserta dalam kegiatan komunikatif dan sebagai entitas yang kompleks.

Proses coding di dalam penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi terlebih dahulu konteks cerita, bentuk respons, serta ekspresi yang muncul dalam komentar. Selanjutnya, data dikelompokkan ke dalam kategori cerita personal, keluarga, agama, gaya hidup, tubuh atau penampilan, perilaku, serta hubungan sosial; kemudian kategori respons seperti kritik, sindiran, penghinaan, pelecehan, objektifikasi, dan seksualisasi

Hasil dan Pembahasan

Berbagai narasi misogini dalam konteks kehidupan para selebriti perempuan terjadi di dalam media sosial Instagram. Media sosial dalam kaitan ini merujuk pada bentuk-bentuk media baru yang melibatkan partisipasi interaktif. Sebagai media yang termasuk dalam era interaktif, media sosial memang sangat bertentangan dengan era penyiaran (*broadcast age*). Karakteristik media pada era penyiaran adalah hampir secara eksklusif terpusat pada sebuah entitas tunggal, seperti stasiun radio atau televisi, perusahaan surat kabar, atau pun sebuah studio perusahaan film, yang mendistribusikan berbagai pesan kepada banyak orang. Dengan kemunculan teknologi digital dan *mobile*, interaksi dalam skala lebih besar gampang dijalankan. Interaktivitas pun menjadi ciri penting dari media baru ini (Manning, 2014). Interaktivitas merujuk pada jalinan komunikatif yang berlangsung cukup cepat dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pesan-pesan yang mengalami ketertundaan pun dapat diatasi. Inilah yang menjadikan media baru ini memiliki sifat-sifat sosial, yakni pertukaran pesan bisa berlangsung lebih segera dan semakin banyak persona yang terlibat di dalamnya

Misogini secara umum dipahami sebagai sistem sikap, praktik, dan struktur sosial yang menempatkan perempuan pada posisi subordinat melalui berbagai bentuk kontrol, diskriminasi, dan devaluasi. Dalam pemaknaan klasik, misogini sering diartikan sebagai kebencian terhadap perempuan, namun pendekatan kontemporer melihatnya sebagai fenomena yang lebih kompleks dan tidak selalu muncul dalam bentuk kebencian eksplisit. Kate Manne menjelaskan bahwa misogini bekerja sebagai mekanisme sosial yang berfungsi untuk mengawasi dan mendisiplinkan

perempuan agar tetap berada dalam peran yang diharapkan oleh sistem patriarki (Manne, 2018). Dengan demikian, misogini tidak hanya bersifat individual, tetapi juga terinstitusionalisasi dalam norma, budaya, dan interaksi sehari-hari.

Lebih lanjut, misogini sering kali beroperasi melalui standar ganda *(double standards)* yang membedakan penilaian terhadap laki-laki dan perempuan dalam situasi yang sama. Perempuan cenderung dinilai lebih ketat, terutama dalam hal moralitas, penampilan, dan perilaku sosial. Simone de Beauvoir dalam pemikirannya menegaskan bahwa perempuan secara historis diposisikan sebagai "the Other," yaitu pihak yang didefinisikan dan dibatasi oleh perspektif laki-laki (Beauvoir, 2011). Dalam konteks ini, misogini menjadi alat untuk mempertahankan ketimpangan tersebut, dengan cara mengontrol bagaimana perempuan seharusnya berpikir, bertindak, dan menampilkan dirinya di ruang publik.

Dalam perkembangan masyarakat digital, misogini juga mengalami transformasi dan menemukan bentuk baru melalui media sosial. Platform digital memungkinkan reproduksi dan penyebaran ujaran misoginis secara cepat dan luas, baik dalam bentuk komentar, meme, maupun diskursus populer. Gill (2007) menyebut bahwa media modern sering kali memperkuat objektifikasi perempuan serta menciptakan tekanan untuk memenuhi standar ideal tertentu. Akibatnya, perempuan tidak hanya menghadapi pengawasan dalam ruang fisik, tetapi juga dalam ruang digital yang bersifat persisten dan mudah diakses oleh publik luas.

Dengan demikian, misogini dapat dipahami sebagai fenomena multidimensional yang mencakup aspek budaya, sosial, dan komunikasi. Ia tidak selalu hadir sebagai ujaran kebencian yang terang-terangan, tetapi juga dalam bentuk praktik sehari-hari yang tampak normal, seperti komentar yang merendahkan, penghakiman moral, atau ekspektasi yang tidak seimbang terhadap perempuan. Pemahaman ini penting untuk melihat bahwa misogini bukan sekadar masalah individu, melainkan bagian dari struktur sosial yang lebih luas yang terus direproduksi melalui interaksi, termasuk di media sosial (Manne, 2018).

Disamping itu dengan adanya media sosial saat ini, menunjukkan bahwa kebersamaan merupakan nilai paling penting yang terjadi dalam media sosial. Seakan-akan interaksi yang berlangsung dalam media sosial penuh dengan keharmonisan dan tanpa konflk. Karakteristik-karakteristik lain yang bisa dilihat pada media sosial ialah: (1) informasi dan kognisi, yang berarti media sosial memungkinkan terjadinya arus informasi dan pengenalan terhadap perangkatnya itu sendiri sebagai aktivitas sosial; (2) komunikasi, yang memiliki makna bahwa media sosial menjadi situs bagi proses resiprokal antara setidaknya dua manusia, yang melibatkan pertukaran simbol-simbol dan semua partner yang terlibat dalam interaksi memberi makna-makna terhadap berbagai simbol tersebut; (3) komunitas, yang memperlihatkan bahwa komunikasi yang terjadi di media sosial bukan sekadar relasi-relasi sosial, melainkan melibatkan persamaan bersama atau perkawanan; dan (4) kolaborasi dan kerja kooperatif, yang menunjukkan bahwa pesan-pesan yang ditampilkan pada media sosial merupakan hasil karya bersama (Fuchs, 2014). Media sosial tidak lagi menjadi arena untuk berbagi informasi yang penuh dengan pengetahuan dan kebenaran, melainkan sudah menjadi situs melancarkan perang informasi itu sendiri. Media sosial, pada akhirnya, bukan lagi berposisi sebagai wilayah yang memungkinkan keberlangsungan jalinan-jalinan interaktif, melainkan telah berkedudukan sebagai jejaring untuk menyebarkan kebencian.

Beberapa akun selebriti perempuan, menunjukkan bagaimana cerita kecil mereka dalam menampilkan kehidupan pribadi mereka, mendapatkan narasi yang berbeda dari harapan mereka. Akun selebriti perempuan dalam penelitian ini adalah akun *@rachelvennya*, *@shandyaulia*, dan *@gisel_la*. Narasi yang muncul dalam postingan akun tersebut adalah sebagai berikut ;

1. Ujaran Misoginis Berupa Hujatan dan Kutipan Ayat Suci

Selebriti Instagram Rachel Vennya (*@rachelvennya*), merupakan seorang influencer perempuan yang gemar membagi aktivitas kesehariannya di Instagram. Pada awal tahun 2021, publik dihebohkan dengan keputusannya melepas jilbabnya dan mengajukan gugatan cerai dari suaminya. Selebgram ini, di Instagram ini sering memamerkan gaya hidup glamor dan kehidupan pribadi mereka.

Postingan perdananya setelah melepas hijab merupakan bentuk dari cara dia bercerita mengenai keputusannya tidak menggunakan jilbab. Melalui akun media sosialnya, dia memberikan caption tanda love. Selebgram tersebut terlihat melihat kamera dengan ekspresi datar tanpa menggunakan jilbabnya. Jika dilihat dari ekpresinya dia terlihat biasa saja dalam mengambil keputusan untuk tidak menggunakan jilbabnya. Postingan ini mendapatkan respon yang negatif dari para followersnya. Cerita kecil yang ingin disampaikan dalam *ways of telling* adalah dia ingin menceritakan keputusannya melepas jilbab. Media sosial Instagram menjadi sites, dimana dia memposting dan membuat caption. *Tellers* disini adalah interaksi yang terjadi berupa *likes, view*, dan komen.

Postingan perdana @rachelvennya melepas hijab, mendapatkan 763,924 likes dan ribuan komentar. Komentar dari netizen cenderung memberikan gambaran berupa ujaran kebencian, dimana para netizen membenci sikap yang dilakukan oleh selebgram tersebut dengan menuliskan beberapa kalimat seperti beberapa contoh berikut ;

> *"Auranya hilang ya ketika sdh lepas hijab…sayang sekali bener2 redup biaroun dandan secantik apapun sdh gak ada auranya jauhhh sekali dibanding mash berhijab (12 likes)"*
>
> *"netijen: "kaka pernah ga kepikiran lepas hijab sedangkan temen2 kaka ga pake hijab?" rachel: "nggak" bbrp bulan kemudian… ✨dibuka ✨ (29 likes)"*
>
> *"Wisshhh udh suksess ya bund, Tuhan dilupakan (13 likes)"*
>
> *"Semenjak cerai buka hijab,, berarti dia itu memakai hijab karna suami bkn karna Allah (248 likes)"*

Komentar netizen tersebut cenderung dapat dikategorikan sebagai ujaran kebencian (*hate speech*). Ujaran kebencian didefinisikan sebagai bentuk ujaran bermusuhan, berniat jahat, dan didorong oleh bias yang ditujukan kepada individu atau kelompok tertentu berdasarkan karakteristik bawaan maupun karakteristik yang dipersepsikan melekat pada mereka. Karakteristik tersebut meliputi gender, ras, agama, etnis, warna kulit, asal kebangsaan, disabilitas, maupun orientasi seksual. Ujaran kebencian mengekspresikan sikap diskriminatif, intimidatif, penolakan, antagonisme, dan prasangka terhadap karakteristik tersebut. Selain itu, ujaran kebencian bertujuan untuk menyakiti, merendahkan martabat, melecehkan, mengintimidasi, menghina, mendiskreditkan, serta menjadikan kelompok sasaran sebagai korban, sekaligus mendorong tumbuhnya ketidakpekaan dan kekerasan terhadap mereka (Cohen-Almagor, 2013, dalam Ayun et al., 2022).

Ujaran kebencian tersebut ditunjukkan dengan bagaimana netizen tidak mendukung apa yang dilakukan oleh selebgram tersebut. Mereka memberikan judgement dengan mengatakan

bahwa apa yang dilakukannya ini membuat aura dari selebgram tersebut menjadi redup dan menyatakan bahwa selebgram tersebut meninggalkan Tuhannya.

Selain itu ada juga netizen yang memberikan komentar dengan memberikan nasihat agar selebgram tersebut menggunakan jilbab lagi dan mengutip beberapa dalil dari kitab suci mengenai keputusan selebgram tersebut melepas jilbab.

> *" (Ditulis dalam bahasa arab) "Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat." (67 likes)"*

> *"Kayanya kalau untuk lepas hijab jika ada masalah tidak baik banget ya, apalagi udh jadi ibu ibu punya anak 2,labil banget, iman nya tipis, harusnya kalau emg ada masalah atau apapun dihidup makin diperkuat imannya minta ke Allah, eh malah berbuat dosa dengan lepas hijab astagfirullah,semoga diberi hidayah ya aamiin @rachelvennya, wajib beri tahu nih @okintph (2 likes)"*

> *"Berdosa kau!!!!!"*

Komentar di atas seolah-olah memberikan penghakiman atas yang dilakukan oleh selebgram tersebut dalam tindakannya melepas hijab. Kutipan ayat dari kitab suci, kemudian pengharapan agar kembali ke jalan yang benar, seolah – olah mengisyaratkan apa yang dilakukan oleh selebgram tersebut dalam keputusannya melepas jilbab adalah hal yang tidak terpuji sehingga harus kembali lagi merujuk pada kitab suci. Bahkan ada ungkapan yang memberi panghakiman bahwa apa yang dilakukannya adalah dosa.

Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa komentar netizen terhadap keputusan selebgram yang melepas jilbab tidak hanya berisi opini pribadi, tetapi juga merepresentasikan praktik misogini yang bekerja secara halus melalui bahasa moral dan religius. Misogini dalam konteks ini tampak dari kecenderungan netizen untuk mengontrol tubuh dan pilihan perempuan dengan standar normatif tertentu, seperti anggapan bahwa perempuan yang baik adalah yang tetap mengenakan jilbab, bersikap stabil sebagai ibu, serta menunjukkan tingkat religiositas yang sesuai dengan ekspektasi publik. Komentar seperti menyebut perempuan labil, iman tipis, hingga pelabelan bahwa tindakannya berdosa menunjukkan adanya penghakiman yang lebih keras terhadap perempuan dibandingkan laki-laki dalam isu serupa. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa misogini tidak selalu hadir dalam bentuk kebencian eksplisit, tetapi juga melalui praktik sosial yang mendisiplinkan dan membatasi otonomi perempuan atas tubuh dan identitasnya (Manne, 2018).

2. Ujaran Misoginis : Tentang Norma Yang Tidak Sesuai di Masyarakat

Selebriti Shandy Aulia, merupakan aktris perempuan di Indonesia sekaligus selebriti di Instagram. Dalam kesehariannya, Shandy melalui akun instagramnya sering memberikan informasi mengenai *style parenting* -nya kepada netizen. Salah satu postingannya menunjukkan kegiatan melukis yang sedang dikerjakan Claire bersama teman-temannya juga mendapat kritikan karena menampikan tubuh bagian atas Claire. Warga net memprotes bahwa hal tersebut bertentangan dengan nilai kesopanan dan mengkhawatirkan kesehatan pada anak yang lebih rentan. Sementara

Shandy sudah memberikan penjelasan seperlunya bahwa kegiatan tersebut di bawah pengawasan dan perintah dari gurunya langsung.

Cerita kecil yang disampaikan Shandy adalah berkaitan dengan kegiatan sekolah anaknya (*ways of telling)*. Postingan kegiatan sekolah pertama kali anak Shandy Aulia di Instagram (*sites*), mendapat 51, 309 likes dan beragam komentar *(tellers)*. Sayangnya postingan tersebut mendapat banyak komentar dengan nada misoginis.Komentar netizen banyak yang tidak mendukung apa yang ditampilkan oleh Shandy. Beberapa komentar menyayangkan keputusannya tersebut apalagi anak – anak tampak tidak menggunakan baju saat bersekolah, yaitu ;

> *"Kok aku kaget tanpa baju ya.. kasih aja kaos kutungan beress. Yg murah2 kan ada. Klo pun ga dipake, lalu dibuangg. Gga trus ga pake baju samsekk. Eman eman awak eee😢😢😢"*

> *"Apakah shandy gak mau ajarin anaknya sensorik motorik di rumah? Sy bisa sampai anak 3 th .setelah tes masuk nursery ,anaknya gak ketinggalan meski ngg skolah dr bayi. Pinter2 ibunya ajah. Skg anak sy online school krn covid .makin byk wkt utk ajarin di rumah .umur segini bonding sm mamanys lah .mama itu guru terpinter.alat peraga jual dimana2 tinggal kreativitas ibunya aja klo ibunya mau"*

> "*Anak sy juga skolah di international, bule semua .tapi gak ada yg disuruh telanjang.😂. Pke baju yg proper utk painting dll. Apalgi covid .bisa jd otg gurunya. Anak sy nursery skg .itu pun skolah nya online .ini yg masih baby udah ngumpul .sorry gak ngejulid tapi aneh aja".*

> *"Harusnya bukan disuruh buka baju..sekolah ini pasti bayarannya mahal. Memang g ada disediakan apron? Lebih sopan kan kesannya"*

> *"Painting time kenapa harus teLanjang ? Dishare puLa di ig"*

Komentar – komentar netizen di atas, menunjukkan adanya kecenderungan ujaran misoginis yang dibungkus dalam bentuk kritik terhadap norma sosial yang dianggap tidak sesuai. Dalam konteks ini, keputusan Shandy yang menampilkan anak-anak tanpa busana dalam aktivitas sekolah dipersepsikan sebagai pelanggaran terhadap standar kepantasan yang berlaku di masyarakat. Namun, kritik yang muncul tidak semata-mata ditujukan pada situasi atau institusi pendidikan, melainkan lebih banyak diarahkan pada figur ibu sebagai pihak yang bertanggung jawab. Komentar seperti pinter-pinter ibunya aja atau saran yang bernuansa menyalahkan menunjukkan bagaimana perempuan, khususnya ibu, menjadi sasaran utama evaluasi moral ketika terjadi penyimpangan dari norma sosial. Fenomena ini mencerminkan bagaimana misogini bekerja melalui ekspektasi sosial yang menempatkan perempuan sebagai penjaga utama nilai-nilai moral dalam keluarga (Manne, 2018).

Netizen tidak hanya mempertanyakan keputusan yang diambil, tetapi juga membandingkannya dengan pengalaman pribadi mereka sebagai ibu, seolah-olah ada satu standar pengasuhan yang benar dan universal. Pernyataan seperti *"anak sy juga sekolah di international… tapi gak ada yg disuruh telanjang"* menegaskan adanya praktik perbandingan sosial yang berujung pada delegitimasi pilihan orang lain. Dalam hal ini, perempuan tidak hanya diawasi, tetapi juga

diposisikan dalam kompetisi moral satu sama lain. Hal ini sejalan dengan gagasan bahwa misogini sering kali beroperasi bukan hanya melalui laki-laki, tetapi juga direproduksi oleh perempuan lain yang menginternalisasi norma patriarkal (Gill, 2007).

Selain itu, penggunaan istilah seperti "aneh," "tidak sopan," hingga penekanan pada pentingnya pakaian yang "proper" menunjukkan bahwa tubuh, bahkan tubuh anak-anak, menjadi objek pengaturan moral yang ketat dalam wacana publik. Dalam konteks masyarakat digital, praktik ini diperkuat oleh karakteristik media sosial yang memungkinkan opini tersebar secara luas, cepat, dan berulang (Boyd, 2014). Akibatnya, penilaian terhadap tindakan individu tidak lagi bersifat privat, melainkan menjadi konsumsi publik yang rentan terhadap penghakiman kolektif. Misogini dalam bentuk ini tidak selalu hadir sebagai ujaran kebencian langsung, tetapi sebagai mekanisme kontrol sosial yang menegaskan kembali batas-batas norma yang harus dipatuhi oleh perempuan.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa komentar netizen di media sosial tidak hanya merefleksikan opini personal, tetapi juga menjadi arena reproduksi nilai-nilai sosial yang bias gender. Perempuan, khususnya dalam peran sebagai ibu, ditempatkan sebagai simbol moralitas yang harus selalu sesuai dengan ekspektasi masyarakat. Ketika terjadi deviasi, respons yang muncul cenderung berupa kritik personal yang menyudutkan, bukan diskusi konstruktif mengenai konteks atau tujuan tindakan tersebut. Hal ini memperkuat argumen bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang di mana norma patriarkal terus dinegosiasikan sekaligus ditegakkan melalui praktik komunikasi sehari-hari (Manne, 2018).

3. Ujaran Misoginis : *"Male Gaze"* dan Objek Seksual

Gisella Anastashia merupakan penyanyi, pemeran, dan pengusaha Indonesia yang dikenal sebagai *runner-up* Indonesian Idol musim kelima. Namanya sangat populer di berbagai panggung, baik sebagai aktris, penyanyi, model, dan tentu saja penyanyi. Gisel juga terkenal karena menikah dengan Gading Marten, putra aktor terkenal Roy Marten, pada 14 September 2013. Selain dikenal sebagai artis di media tradisional, Gisel juga sangat populer sebagai celebgram, sebutan untuk selebriti di Instagram karena ia memiliki jumlah pengikut yang sangat besar. Bahkan, Gisel, dengan akun @gisel_la, dapat menempati peringkat enam besar artis dengan jumlah pengikut terbanyak di negara ini. Di media sosial, Gisel memiliki 33,8 juta pengikut. Gisel menggunakan akun Instagram-nya untuk menampilkan berbagai konten yang dipromosikan dan menunjukkan momen kebersamaan dengan putrinya

Gisel dan Gading bercerai pada Januari 2019. Dengan berbagai status yang membuat Gisel sangat populer, kehebohan di media sosial akibat video 19 detik tersebut justru membuat Gisel semakin populer. Gisel menjadi pusat perhatian dengan konotasi yang sangat negatif. Awalnya Gisel dianggap sebagai wanita yang mampu menjadi orang tua tunggal yang baik bagi putri satu-satunya. Namun, sejak kejadian menyedihkan itu, Gisel dihina dan dicemooh sebagai wanita tidak bermoral.

Salah satu postingan @gisel_la *(ways of telling)* menampilkan aktivitasnya yang sedang mempromosikan sebuah brand produk (*endorsement*) melalui media Instagram (*sites*). Terlihat wajah bahagianya untuk menarik minat followers dalam mengenal produk yang sedang ditawarkan. Namun video yang beredar telah cukup merubah citra diri Gisella menjadi buruk karena masih diingat dan dibahas oleh netizen. Dalam berbagai komentar *(tellers)* itu merendahkan Gisel, para pencemooh tampaknya sedang berfantasi seksual. Mereka ingin dan sangat ingin mendapatkan kenikmatan seksual dengan melihat berbagai bagian tubuh Gisel yang dianggap

merangsang danmengenang dengan kotor bagaimana adegan hubungan itu terjadi. Berikut ini adalah berbagai ekspresi kebencian, serta ekspresi kenikmatan seksual, ditujukan pada Gisel:

*" Goyangannya kayak LC di club" malam ya bund hahah canda l***e"*

"Dasar wanita ahir zaman. Dijamin jadi bahan bakarnya neraka"

"Goyangannya bikin terngiang ngiang"

" Dari goyangan.. Mintak di kongkek lagi nih guys (82 likes) (7 replies)"

"Pinter goyang diatas (70 likes) (5 replies)"

"Ditunggu detik berikutnya ya bund.. hot yahotz lo bund (56 likes)"

Dalam perspektif teori objektifikasi disebutkan bahwa perempuan sengaja diobjektifkan secara seksual dan diperlakukan sebagai objek yang dinilai penggunaannya oleh pihak lain (Lukmantoro et al., 2022). Objektifikasi Seksual terjadi ketika tubuh dan bagian tubuh perempuan diisolasi dan dipisahkan darinya sebagai pribadi dan kemudian wanita dipandang terutama sebagai objek fisik untuk hasrat seksual pria (Szymanski, et al., 2011). Pada era digital atau internet, misogini semakin mudah diekspresikan. Pada berbagai blog dan aneka forum online yang lain perempuan dirujuk sebagai "para pelacur" dan "kanker sosial" (Fixmer-Oraiz & Wood, 2019). Perempuan dalam sudut pandang penuh kebencian ini diidentikkan dengan obyek-obyek sosial yang buruk dan menjijikkan.

Hal ini juga bisa dibaca secara vulgar dalam berbagai ujaran kebencian terhadap Gisel. Tentu saja, menempatkan Gisel sebagai objek kemarahan sosial, namun yang lebih dominan adalah Gisel dijadikan objek kenikmatan seksual, tentu saja, bukan untuk pelepasan hasrat seksual itu sendiri. Hal lain yang bisa diungkapkan adalah bahwa tindakan ejekan dimaksudkan untuk menegaskan kembali hierarki gender saat ini dan bagaimana laki-laki merespon ancaman maskulinitas yang ada pada laki-laki. Ini disebut strategi untuk bagaimana laki-laki memvalidasi, memvalidasi ulang, kejantanan mereka (Bareket & Shnabel, 2020). Dalam hal ini, tampaknya sangat eksplisit bahwa Gisel dibuat objek ejekan, hinaan, dan cemoohan. Namun, di balik itu semua, para pria mendapatkan kenikmatan seksual dan pada saat yang sama mereka ingin menegaskan kembali dominasi mereka atas perempuan.

Kontinuitas misogini juga terjadi dalam objektivasi dan pelecehan terhadap mereka, misalnya merujuk pada pelecehan seksual terhadap perempuan, bahasa yang menunjukkan tubuh seksual perempuan, dan laki-laki dewasa serta remaja yang melirik tubuh perempuan. Dalam situasi seperti itu, perempuan diposisikan sebagai objek seksual, diinginkan sebagai hasrat, dan diejek (Ussher, 2016).

Lebih lanjut, penggunaan dalil keagamaan dalam komentar netizen berfungsi sebagai legitimasi moral yang memperkuat penghakiman tersebut. Kutipan ayat kitab suci dan seruan agar kembali ke jalan yang benar menunjukkan bagaimana norma religius digunakan untuk membingkai pilihan personal sebagai kesalahan kolektif yang harus dikoreksi. Dalam konteks masyarakat digital, fenomena ini juga berkaitan dengan karakteristik ruang publik daring *(networked publics)* yang memungkinkan praktik pengawasan sosial berlangsung secara masif, persisten, dan mudah direplikasi (Boyd, 2014). Akibatnya, tubuh perempuan menjadi arena evaluasi publik yang terus-

menerus, di mana identitas mereka dibentuk melalui penilaian orang lain. Temuan ini menguatkan argumen bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang ekspresi, tetapi juga ruang reproduksi norma patriarkal yang mengatur perempuan melalui mekanisme komentar, penilaian moral, dan tekanan sosial berbasis agama dan budaya.

Temuan penelitian mengenai komentar pada akun Instagram selebriti perempuan dapat dibahas dengan menempatkan *small stories* sebagai titik awal untuk memahami terbentuknya interaksi yang mengandung penilaian berbasis gender. Dalam perspektif *small stories*, cerita personal di media sosial tidak semata-mata dipahami sebagai narasi singkat mengenai pengalaman individu, tetapi juga sebagai praktik sosial yang memungkinkan seseorang menampilkan identitas, membangun posisi tertentu, dan berinteraksi dengan audiens (Bamberg & Georgakopoulou, 2008;(De Fina & Georgakopoulou, 2008)). Unggahan mengenai keluarga, relasi personal, kehidupan sehari-hari, atau pandangan keagamaan dapat menjadi ruang bagi selebriti perempuan untuk menceritakan pengalaman sekaligus menampilkan pemaknaan mereka terhadap kehidupan. Namun, ketika cerita tersebut berada dalam ruang publik digital, narasi personal juga terbuka terhadap interpretasi, evaluasi, dan penilaian dari pengguna lain.

Small stories dan komentar misoginis dapat ditelusuri melalui konsep *deviation from normative expectation*, yaitu ketika pengalaman atau tindakan yang ditampilkan dalam cerita dipersepsikan tidak sesuai dengan ekspektasi normatif mengenai bagaimana perempuan seharusnya bersikap (Banet-Weiser, 2018). Ekspektasi tersebut dapat berkaitan dengan peran perempuan dalam keluarga, cara berpakaian, perilaku dalam hubungan personal, ekspresi seksual, maupun kepatuhan terhadap nilai sosial dan keagamaan. Pada tahap ini, hal yang penting bukan semata-mata apakah tindakan perempuan benar-benar menyimpang dari suatu norma, melainkan bagaimana audiens membangun interpretasi bahwa tindakan tersebut tidak sesuai dengan standar kepantasan yang mereka anut. Dengan demikian, penyimpangan norma perlu dipahami sebagai hasil penilaian sosial yang dapat dipengaruhi oleh pandangan mengenai gender, moralitas, dan peran perempuan.

Penilaian atas penyimpangan yang dipersepsikan tersebut dapat berkembang menjadi *moral policing*, yakni praktik pengawasan dan pengaturan perilaku melalui klaim mengenai benar dan salah, pantas dan tidak pantas, atau bermoral dan tidak bermoral (Banet-Weiser, 2018). Dalam kolom komentar Instagram, praktik ini dapat muncul dalam bentuk teguran terhadap pilihan hidup perempuan, tuntutan agar perempuan mematuhi standar moral tertentu, atau penilaian terhadap kapasitas mereka sebagai pasangan, ibu, anggota keluarga, maupun figur public.

Wacana misoginis muncul ketika pengawasan moral tersebut disertai dengan penghinaan berbasis gender, stereotip yang merendahkan perempuan, objektifikasi seksual, *body-shaming*, atau bentuk permusuhan yang mendiskreditkan perempuan karena identitas maupun peran gendernya. Dalam kondisi demikian, komentar tidak hanya mempertanyakan tindakan individual, tetapi juga dapat mereproduksi anggapan bahwa perempuan harus tunduk pada standar tertentu agar layak dihormati atau diterima secara sosial. Perempuan yang dipersepsikan melanggar standar tersebut berpotensi menjadi sasaran delegitimasi melalui bahasa yang menyerang karakter, tubuh, seksualitas, atau kehormatannya. Wacana misoginis dibaca sebagai bentuk komunikasi yang mempertahankan ketimpangan gender melalui proses penilaian, pendisiplinan, dan perendahan terhadap perempuan.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *small stories* yang disampaikan oleh selebgram perempuan di Instagram tidak hanya menjadi sarana untuk membagikan aktivitas keseharian,

pengalaman personal, keputusan, maupun aktivitas pekerjaan, tetapi juga menjadi pemicu munculnya berbagai bentuk respons negatif dari pengguna media sosial. Interaktivitas Instagram memungkinkan cerita personal tersebut segera memperoleh tanggapan publik, termasuk komentar yang mengandung penilaian berbasis gender. Temuan utama penelitian memperlihatkan bahwa ruang untuk menampilkan diri di media sosial sekaligus menjadi ruang bagi perempuan untuk memperoleh penghakiman atas pilihan, perilaku, penampilan, dan kehidupan personalnya.

Pola misogini yang ditemukan terutama muncul melalui penghakiman moral dan sosial terhadap perempuan. Komentar tidak hanya menyatakan ketidaksetujuan terhadap keputusan selebgram, tetapi juga menghubungkannya dengan norma sosial, budaya, dan agama. Penggunaan kutipan ayat atau rujukan keagamaan dalam komentar menjadi salah satu cara untuk memberikan legitimasi terhadap penilaian bahwa tindakan perempuan merupakan sesuatu yang salah atau berdosa. Selain itu, ditemukan pula pemberian label negatif, penghinaan, ejekan, serta penilaian terhadap pengalaman pengasuhan dan perilaku personal. Dengan demikian, misogini dalam penelitian ini tidak hanya tampil dalam bentuk kebencian yang vulgar, tetapi juga melalui praktik *moral policing*, yaitu upaya mengontrol perilaku perempuan dengan menggunakan standar moral, agama, dan norma sosial.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang reproduksi narasi misoginis melalui karakteristiknya yang interaktif dan memungkinkan partisipasi publik secara luas. Dalam konteks kehidupan selebriti perempuan, pengalaman personal yang disampaikan melalui *small stories* dapat dipertentangkan dengan norma yang dianggap seharusnya dipatuhi perempuan. Ketika perempuan dianggap melanggar norma sosial atau moral, komentar dapat berkembang menjadi kemarahan, ejekan, penghinaan, dan bahkan delegitimasi terhadap martabat perempuan. Pola tersebut menunjukkan bahwa misogini di ruang digital dapat bekerja melalui bahasa yang secara eksplisit maupun implisit menempatkan perempuan sebagai pihak yang harus mempertanggungjawabkan pilihan dan perilakunya di hadapan publik.

Kontribusi penelitian ini terletak pada upaya melihat komentar misoginis tidak hanya sebagai sebuah fenomena yang berdiri sendiri, melainkan sebuah respon terhadap *small stories* atau narasi personal yang dibagikan selebriti perempuan di Instagram. Perspektif ini memperlihatkan hubungan antara cerita yang disampaikan perempuan, konteks sosial tempat cerita tersebut muncul, dan respons audiens yang kemudian membentuk narasi misoginis. Dengan demikian, penelitian memperluas pemahaman mengenai misogini digital dengan menempatkan interaksi antara narasi personal dan komentar publik sebagai bagian penting dalam pembentukan makna dan penghakiman terhadap perempuan di media sosial.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, kajian berfokus pada selebgram perempuan tertentu sehingga temuan tidak dapat secara langsung digeneralisasikan kepada seluruh pengguna Instagram atau seluruh perempuan yang aktif di media sosial. Kedua, penelitian berfokus pada data yang tersedia secara publik berupa unggahan dan komentar sehingga tidak dapat sepenuhnya menjelaskan latar belakang, motivasi, atau pengalaman subjektif pengguna yang memberikan komentar. Ketiga, konteks komentar sangat bergantung pada unggahan yang menjadi pemicunya, sehingga bentuk misogini yang ditemukan dapat berbeda pada konteks selebriti, isu, dan platform lainnya.

Implikasi penelitian menunjukkan pentingnya memahami media sosial bukan hanya sebagai ruang ekspresi dan interaksi, tetapi juga sebagai ruang tempat norma gender, moralitas, dan relasi kuasa dinegosiasikan serta direproduksi. Karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek dengan melibatkan lebih banyak selebgram, membandingkan respons pada beberapa platform digital, serta mengkaji perbedaan antara komentar misoginis, kritik, dan bentuk

ujaran kebencian lainnya secara lebih sistematis. Penelitian berikutnya juga dapat menggabungkan analisis komentar dengan wawancara terhadap pengguna atau pemilik akun sehingga hubungan antara *small stories*, respons audiens, dan pengalaman perempuan dalam menghadapi misogini digital dapat dipahami secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

Abidin, C. (2018). Internet celebrity: Understanding fame online. *Emerald Publishing*. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/9781787560765

Ayun, P. Q., Santosa, H. P., & Lukmantoro, T. (2022). *Narrative Text: Hate Speech on Female Celeb-gram's Account @Rachelvennya*. 6th International Conference on Indonesia Social and Political Enquiries (ICISPE). https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.14-9-2021.2321416

Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press. https://doi.org/https://doi.org/10.1215/9781478002772

Bareket, O., & Shnabel, N. (2020). Domination and objectification: Men's motivation for dominance over women affects their tendency to sexually objectify women. *Psychology of Women Quarterly, 44(1), 28–49*. https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0361684319871913

Beauvoir, S. de. (2011). *The second sex (C. Borde & S. Malovany-Chevallier, Trans.)*. Vintage Books.

Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. https://www.researchgate.net/publication/281562649

De Fina, A., & Georgakopoulou, A. (2008). *Analysing Narratives as Practice*. *Vol. 8, No. 3*, 379–387. https://doi.org/DOI:10.1177/1468794106093634

Dijk, V. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media.* Oxford University Press.

Febryanti, S., Ulfa, S. N., & Rahmiaji, R. L. (2024). Misogynistic commentary pada kasus KDRT dalam akun Instagram Lesti Kejora. *Interaksi Online, 13(1)*, 335–347.

Fixmer-Oraiz, N., & Wood, J. T. (2019). *Gendered lives: Communication, gender, and culture (13th ed.)*. Cengage Learning.

Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Inroduction*. SAGE Publications.

Georgakopoulou, A. (2015). *Small stories research: Methods–analysis–outreach. In A. De Fina & A. Georgakopoulou (Eds.), The handbook of narrative analysis*. Wiley-Blackwell. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781118458204.ch13

Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Polity Press.

Iman, M. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagramdi-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial)

Kumparan. (2021). *Netizen Indonesia Paling Enggak Sopan di Asia Tenggara*. https://kumparan.com/kumparantech/netizen-indonesia-paling-enggak sopan-di-asia-tenggara-1vEtzxsSJaE/full

Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual social media cultures.* Polity Press.

Lukmantoro, T., Santosa, H. P., & Ayun, P. Q. (2022). *Misogynistic Narratives on the Instagram Account @gisel_la*. 6th International Conference on Indonesia Social and Political Enquiries (ICISPE). https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.14-9-2021.2321403

Manne, K. (2018). *Down girl: The logic of misogyny.* Oxford University Press.

Manning, J. (2014). *Social Media, Definition and Classes of: Volume 3*. Sage Publications.

Ouvrein, G., Pabian, S., Machimbarrena, J. M., & De Backer, C. J. S. (2021). Celebrity appearance shaming: A study on body-related online comments toward celebritie. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, *15(4)*. https://doi.org/https://doi.org/10.5817/CP2021-4-6

Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2015). *Bullying beyond the schoolyard: Preventing and responding to cyberbullying (2nd ed.)*. Sage Publications.

Paul, L. (2020, October 28). *Misogyny, misinformation, and the men trying to provoke Megan Thee Stallion into silence.*

Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks.* Peter Lang Publishing.

Strathern, W., & Pfeffer, J. (2023). Identifying different layers of online misogyny. *Workshop Proceedings of the 17th International AAAI Conference on Web and Social Media*. https://doi.org/https://doi.org/10.36190/2023.54

Suryaputra, H. C., & Bahri, S. (2026). Narasi pembangunan Kereta Cepat Indonesia-China (KCIC) pada masa pemerintahan Joko Widodo. *Jurnal Cyber PR, 6(1)*.

Szymanski, D. M., Moffitt, L. B., & Carr, E. R. (2011). Sexual objectification of women: Advances to theory and research. *The Counseling Psychologist*, *39(1), 6–38*. https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0011000010378402

Titania, I. P., & Sudradjat, R. H. (2023). *Pengaruh konten Instagram dan kredibilitas beauty influencer Nanda Arsyinta terhadap gaya hidup remaja*. *7(2), 293–301*. https://doi.org/https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i2.3784

Ussher, J. M. (2016). *Misogyny. In The Wiley Blackwell encyclopedia of gender and sexuality studies*. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781118663219