

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Feminine energy saat ini sedang ramai diperbincangkan di sepanjang tahun 2024. Tren *feminine energy* telah digunakan sebanyak 507.800 kali di Tiktok. *Feminine energy* sering dikaitkan dengan sifat-sifat seperti intuisi, empati, dan kemampuan merawat yang dimiliki oleh seorang individu. Energi ini mendorong seseorang untuk mengekspresikan emosi dan kreativitas, sehingga memungkinkan mereka untuk terhubung lebih dalam dengan diri sendiri dan orang lain. Selain itu, *feminine energy* juga sering diasosiasikan dengan konsep *divine feminine* atau keilahian feminin, yang melambangkan sifat-sifat pengasuhan (*nurturing*) dalam kehidupan serta mendorong pentingnya perawatan diri (*self-care*) dan cinta terhadap diri sendiri (*self-love*). Tren *feminine energy* ini bukan sekadar tentang identitas, tetapi lebih kepada bentuk edukasi yang bertujuan membantu seseorang membangun dan mengembangkan kepribadiannya.

Menurut konten TikTok oleh @tresnany_moonlight, seorang kreator dengan 1,3 juta pengikut, energi feminin muncul sebagai hasil dari perbedaan alami dalam hukum alam yang saling berlawanan, seperti positif dan negatif atau baik dan buruk. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), femininitas diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan perempuan atau sifat-sifat yang mencerminkan kefemininan. Istilah *femininity* sendiri berasal dari Bahasa Inggris, yang merujuk pada karakteristik atau sifat-sifat yang sering diasosiasikan dengan

perempuan, seperti kelembutan, kehangatan, dan intuisi. Menurut Shelly Bullard, seorang pakar hubungan dan keluarga yang dikutip oleh *mindbodygreen.com* (2022), *feminine energy* adalah kebalikan dari *masculine energy*. Energi ini mencakup sifat-sifat yang dianggap "feminin" dan biasanya tercermin dalam sikap atau perilaku perempuan. Tren *feminine energy* membantu seseorang mengeksplorasi diri lebih dalam sekaligus menjadi sarana untuk pertumbuhan pribadi dan pemberdayaan diri.

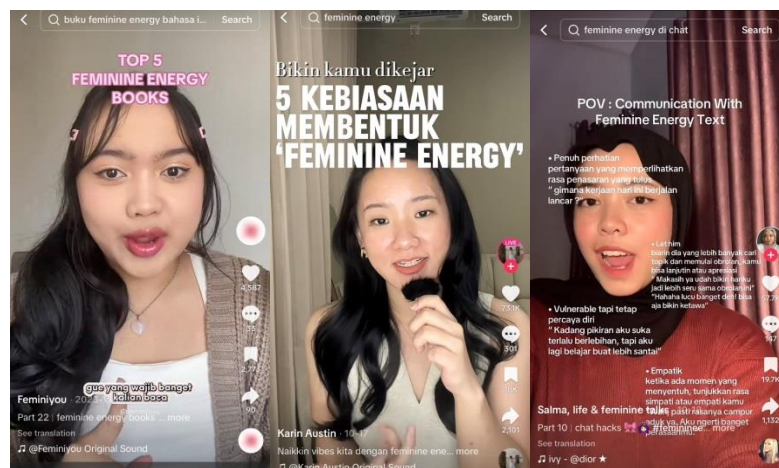
Tren tersebut sangat fleksibel dan telah dibuat dalam berbagai bentuk. Para kreator menyarankan bahwa salah satu cara untuk mengaktifkan energi feminin adalah melalui penampilan luar. Deslima (2020) menjabarkan bahwa hal ini dapat dicapai dengan konsisten merawat diri, mempelajari teknik riasan, serta memiliki kemampuan memadukan berbagai elemen penampilan seperti pakaian, riasan, gaya rambut, bahkan hijab. Tren *feminine energy* ini tidak berfokus pada penampilan luar saja, tetapi juga membahas bagaimana meningkatkan femininitas dari dalam diri yang dapat dilakukan dengan membaca, *journaling*, ataupun menjahit. Para kreator mengatakan untuk mulai menjadi pribadi yang ramah, peduli, *nurture*, dan ekspresif.

Beberapa karakteristik *feminine* meliputi rasa peduli pada orang lain, sikap ramah, kemampuan menunjukkan afeksi, tidak egois, dan cenderung ekspresif (Eagly & Karau, 2002). Tren *feminine energy* juga banyak dibahas dalam konteks pengaruhnya pada hubungan interpersonal, terutama hubungan romantis. Sementara itu, sifat *nurturing* merujuk pada aktivitas merawat dan memperhatikan orang lain, termasuk pasangan, untuk menciptakan rasa aman dan hubungan yang

harmonis. Konten edukasi tentang *feminine energy* sering menyoroti pentingnya *nurturing* dan *mothering* dalam menjaga kualitas hubungan.

Mothering dalam konteks hubungan asmara merujuk pada perilaku atau tindakan seseorang yang menunjukkan perhatian, perlindungan, dan dukungan emosional kepada pasangannya, mirip dengan peran seorang ibu (Kumparan, 2024).

Gambar 1.1 Konten Edukasi *Feminine energy*

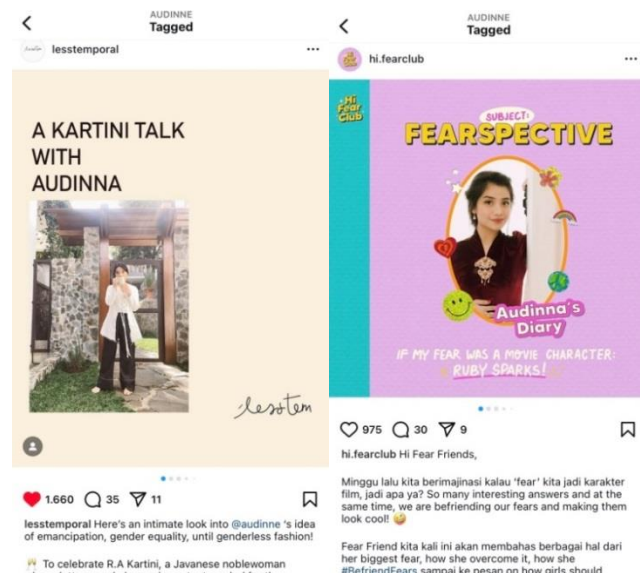


Sumber : <https://www.tiktok.com> diakses pada 7 Desember 2024

Tren *feminine energy* yang semakin populer membuat banyak orang mulai memperhatikan seleb Instagram atau *influencer* yang dianggap memancarkan energi tersebut. *Influencer*, atau yang sering disebut selebgram, adalah individu yang memiliki banyak pengikut di media sosial, terutama di *platform* seperti Instagram. Dengan jumlah *followers* yang besar, mereka memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk perilaku, pendapat, atau keputusan para pengikutnya melalui konten yang mereka bagikan. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), *influencer* didefinisikan sebagai individu yang memiliki kemampuan untuk

orang-orang di sekitarnya sebagai nilai-nilai yang menjadi ciri khas *feminine energy*. Kepribadian Audinna yang positif menjadi ciri khas yang ditampilkan kepada khalayak, sehingga terdapat perbedaan dengan seleb TikTok lainnya (Luttrell, 2022). Hal ini membuatnya semakin dikenal luas, terutama di kalangan pengikutnya di Instagram. Audinna juga kerap berkolaborasi dengan berbagai akun yang berfokus pada isu-isu keperempuanan, seperti pada saat perayaan *International Women's Day* dan Hari Kartini.

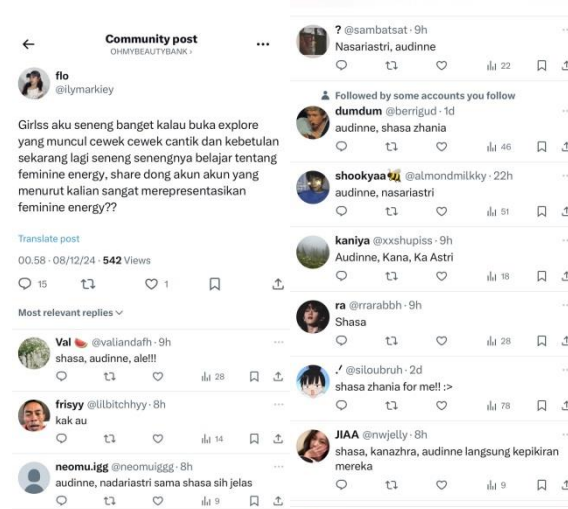
Gambar 1.3 Konten Kolaborasi Yang Dilakukan Audinna



Sumber: <https://www.instagram.com> diakses pada 8 Desember 2024

Tak hanya di Instagram, di *platform* lain seperti X, Audinna seringkali disebut sebagai sosok yang merepresentasikan *feminine energy*. Hal ini terlihat dari obrolan di komunitas mengenai *beauty* dan *lifestyle*, ketika ada diskusi tentang *influencer* yang dianggap memiliki karakteristik *feminine energy*. Nama Audinna kerap muncul sebagai salah satu pilihan utama dalam pembicaraan tersebut.

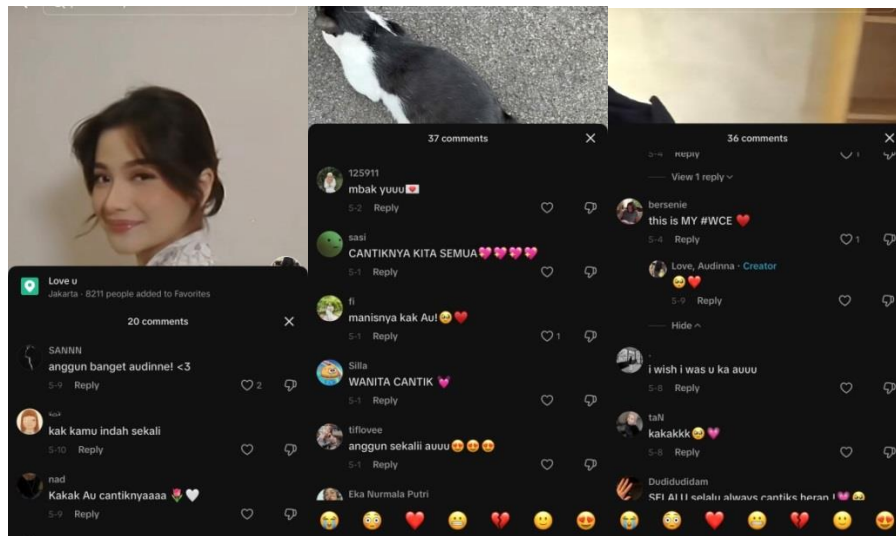
Gambar 1.4 Tanggapan Warganet Mengenai Feminine energy



Sumber: <https://x.com> diakses pada 8 Desember 2024

Selain di Instagram dan X, di unggahan pribadinya di Tiktok, Audinna kerap kali mendapat komentar positif yang didominasi oleh perempuan. Banyak yang menganggap Audinna sebagai penggambaran wanita anggun yang sesungguhnya dan menjadikannya sebagai *role model*. Tak jarang, ia juga disebut sebagai *WCE* (*Woman Crush Everyday*), sebuah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang, biasanya perempuan, yang sangat dikagumi karena dianggap inspiratif, cantik, atau memikat secara konsisten tidak hanya pada momen tertentu saja (Grieve, J, 2016)

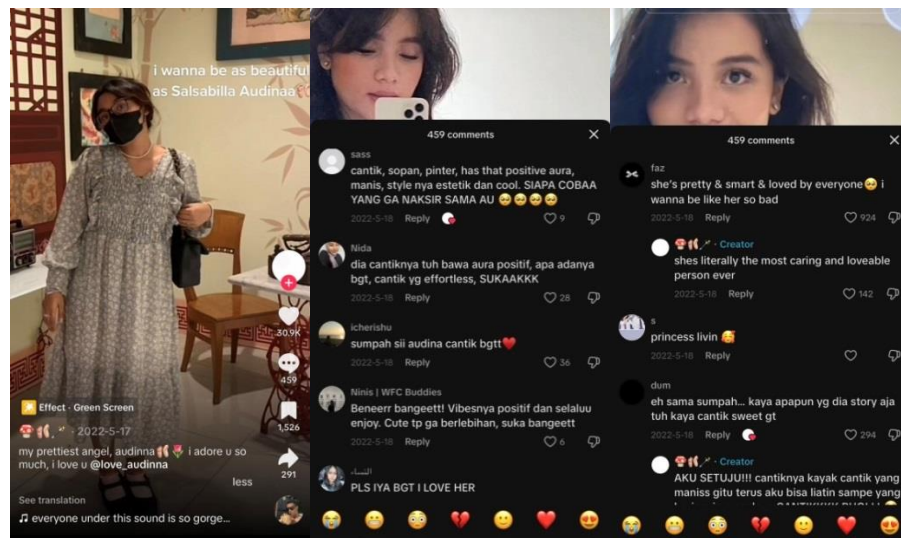
Gambar 1.5 Komentar Di Postingan Tiktok Audinna



Sumber: <https://www.tiktok.com> diakses pada 9 Desember 2024

Pada laman *For Your Page (FYP)* TikTok, juga ditemukan konten dengan banyak komentar yang mengagumi Audinna. Hal ini tidak terlepas dari *feminine energy* yang ia pancarkan. Beberapa karakteristik *feminine energy* meliputi rasa peduli pada orang lain, sikap ramah, kemampuan menunjukkan afeksi, tidak egois, dan cenderung ekspresif (Eagly & Karau, 2002). Sifat-sifat tersebut secara alami memancarkan aura yang menenangkan dan positif, membuat orang di sekitarnya merasa nyaman dan terinspirasi.

Gambar 1.6 Konten Tiktok Mengenai Audinna



Sumber: <https://www.tiktok.com> diakses pada 9 Desember 2024

Pembahasan tentang femininitas sering kali tidak bisa dilepaskan dari kaitannya dengan maskulinitas. Dalam masyarakat, ada nilai-nilai yang dianggap feminim atau maskulin, yang ditanamkan sejak dini. Hal ini menciptakan konstruksi sosial di mana maskulinitas dianggap sebagai sifat yang melekat pada laki-laki, sementara femininitas lebih sering dikaitkan dengan perempuan (Prasetyo et al., 2020). Stereotip ini mencakup banyak hal, mulai dari kepribadian, perilaku, hingga penampilan fisik (Darwin, 1999). Misalnya, perempuan sering diasosiasikan dengan sifat anggun, keibuan, dan kecantikan, sedangkan laki-laki jarang dipersepsikan memiliki sifat-sifat tersebut. Perbedaan ini menunjukkan bagaimana masyarakat membangun peran dan sifat berdasarkan konstruksi sosial yang sudah ada.

Femininitas dan maskulinitas sering kali saling berkaitan secara tidak langsung. Kehadiran keduanya sering dianggap melegitimasi peran dan perilaku tertentu, di mana maskulinitas pada laki-laki diasosiasikan dengan dominasi,

sedangkan femininitas kerap dipandang lebih lemah karena dianggap mewakili sifat pasif perempuan (Schippers, 2020). Meski sering dikaitkan, femininitas dan feminisme sebenarnya memiliki arti yang berbeda. Feminisme adalah sebuah paham yang memperjuangkan agar perempuan memiliki hak yang setara dengan laki-laki (Fajri & Hapsari, 2020).

Femininitas tidak selalu harus dipandang dengan konotasi negatif. Namun memang pemahamannya sering kali bergantung pada konteks (Prabasmoro, 2006). Salah satu contoh yang relevan saat ini adalah tren *feminine energy*. Tren ini mengajak kita untuk lebih terbuka terhadap keragaman, perspektif, dan pengalaman agar bisa menerima dan memahaminya secara utuh. Tren ini berkembang luas di konten TikTok dan biasanya menyasar perempuan, khususnya pada generasi Z. Generasi Z, yang lahir antara 1995 hingga 2012 adalah generasi yang tumbuh bersama internet dan teknologi (Putra, 2016). Banyak dari mereka menggunakan TikTok untuk mencari tahu tentang hal-hal baru yang sebelumnya mungkin belum mereka pahami (Halim et al., 2022). Tren *feminine energy* pun menjadi salah satu cara bagi generasi Z khususnya pada perempuan untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan kepercayaan diri dengan menerima sisi *feminine* yang ada di dalam diri.

Penelitian yang dilakukan oleh Laila Van Berg (2023) menunjukkan bahwa femininitas menjadi topik yang banyak dibicarakan di TikTok. Berbagai hashtag seperti *#darkfemininity*, *#divinefeminine*, dan *#feminineenergy* sering digunakan dalam konten yang membahas bagaimana perempuan bisa menjadi versi terbaik dari diri mereka, atau yang dikenal dengan istilah “*that girl*.” Penelitian ini tidak

hanya mengamati tren tersebut, tetapi juga menghubungkannya dengan perkembangan historis femininitas. Van Berg menjelaskan bahwa *feminine energy* dapat dilihat sebagai bentuk *new femininity* yang menggabungkan nilai-nilai dari masa lalu dan masa kini. Menariknya, hal ini dilakukan dengan cara yang menghidupkan kembali stereotip dan stigma tentang femininitas, namun disajikan dalam sudut pandang yang lebih positif.

Salah satu elemen penting dari komunikasi adalah persepsi. Dalam konteks komunikasi, proses dimana seseorang memahami dan menafsirkan informasi yang diterima melalui panca indera disebut sebagai persepsi, yang muncul dari interaksi antara pengirim pesan, isi pesan, dan penerimanya (Berlo, 1960). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi tidak hanya dipengaruhi oleh apa yang disampaikan, tetapi juga oleh konteks dan pengalaman pribadi setiap individu. Bahkan latar belakang sosial, budaya, serta pengalaman hidup seseorang juga turut mempengaruhi cara mereka memahami pesan (Schramm, 1954). Oleh karena itu, dua individu bisa mengartikan pesan yang sama dengan cara yang berbeda, tergantung pada faktor-faktor tersebut.

Peran serta hadirnya *feminine energy* mengajak perempuan untuk lebih mencintai diri mereka sendiri, baik lewat penampilan maupun dengan memperkuat rasa cinta dari dalam diri. Karena *feminine energy* masih tergolong tren baru, penelitian yang membahasnya pun masih terbatas. Itulah mengapa penelitian yang akan peneliti lakukan sangat relevan, terutama karena perempuan generasi Z memiliki pemahaman personal tentang tren ini, termasuk tentang Audinna, seleb Instagram yang menggambarkan *feminine energy*. Setiap orang

tentu punya cara pandang sendiri tentang fenomena ini. Seperti yang dijelaskan oleh Sunaryo (2002), persepsi muncul ketika kita menerima rangsangan atau stimulus, yang membuat kita bisa mengenali dan memahami apa yang ada di sekitar kita, baik dari dalam diri kita maupun dari luar (Supiani et al., 2021).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk menyusun penelitian dengan judul “Persepsi Perempuan Generasi Z Pada Konten Edukasi *Feminine energy* di Akun Instagram @audinne”.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Perempuan Generasi Z Pada Konten Edukasi *Feminine energy* di Akun Instagram @audinne.”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti akan menyusun pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana Sensasi Perempuan Generasi Z Pada Konten Edukasi *Feminine energy* di Akun Instagram @audinne ?
2. Bagaimana Atensi Perempuan Generasi Z Pada Konten Edukasi *Feminine energy* di Akun Instagram @audinne ?
3. Bagaimana Interpretasi Perempuan Generasi Z Pada Konten Edukasi *Feminine energy* di Akun Instagram @audinne ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka peneliti memiliki tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sensasi perempuan Generasi Z mengenai konten edukasi *feminine energy* di akun Instagram @audinne
2. Untuk mengetahui atensi perempuan Generasi Z mengenai konten edukasi *feminine energy* di akun Instagram @audinne
3. Untuk mengetahui Interpretasi perempuan Generasi Z mengenai konten edukasi *feminine energy* di akun Instagram @audinne

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini, peneliti berharap agar kegunaan dari penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi perkembangan suatu ilmu. Sehubungan dengan judul penelitian ini, maka penelitian tersebut menjadi kegunaan praktis, kegunaan akademik, dan juga kegunaan teoritis, yang secara umum dapat menjadi manfaat bagi masyarakat secara luas dan juga menjadi manfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi sendiri.

1. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan kepada pembaca tentang bagaimana individu melihat dan merespons suatu tren yang muncul di media sosial.

2. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, sekaligus memperkaya pengetahuan, referensi, dan kajian di bidang ilmu komunikasi, yang pada akhirnya dapat memberi wawasan yang bermanfaat.

3. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat, menambah pengetahuan, dan wawasan tentang teori dalam komunikasi yang peneliti pelajari selama kuliah terkhusus mengenai persepsi.