

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Media sosial saat ini tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial yang memungkinkan individu membangun refleksi diri, menegosiasikan identitas, serta membentuk makna personal atas pengalaman hidup mereka.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi, dari komunikasi yang bersifat satu arah menjadi interaksi yang lebih partisipatif dan reflektif. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai medium penting dalam proses pembentukan makna, terutama bagi kelompok muda yang tumbuh dan berinteraksi secara intens di ruang digital.

Bagi perempuan muda, media sosial menjadi ruang yang signifikan untuk membicarakan pengalaman emosional, relasi interpersonal, serta cara memahami diri sebagai perempuan. Melalui platform digital, perempuan memiliki kesempatan untuk mengekspresikan perasaan, membagikan pengalaman personal, dan menemukan kesamaan pengalaman dengan perempuan lain.

Proses ini menjadikan media sosial tidak hanya sebagai sarana ekspresi, tetapi juga sebagai ruang di mana perempuan muda melakukan proses negosiasi atas makna feminitas dan identitas gender mereka.

Salah satu platform yang menonjol dalam proses tersebut adalah TikTok. TikTok menghadirkan ruang komunikasi berbasis video pendek yang bersifat personal, reflektif, dan mudah tersebar luas. Karakteristik ini memungkinkan pesan-pesan emosional dan pengalaman personal disampaikan secara ringkas namun intens, sehingga mudah diterima dan direspons oleh audiens.

Melalui TikTok, pengalaman perempuan muda tidak hanya ditampilkan secara visual, tetapi juga dimaknai, dirasakan, dan didiskusikan secara kolektif melalui komentar, respons, dan interaksi antarpengguna, yang menunjukkan adanya pertukaran makna antara kreator dan audiens.

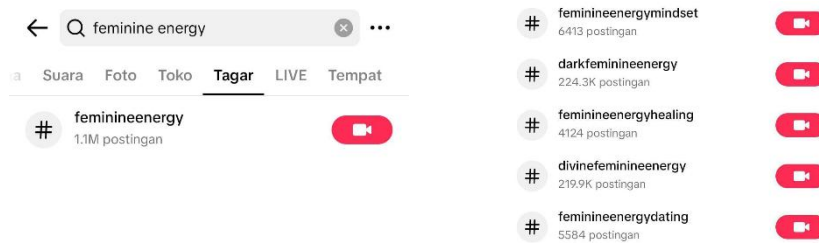
Dalam ruang komunikasi digital tersebut, fenomena *feminine energy* muncul sebagai salah satu cara baru perempuan muda membicarakan feminitas. Istilah *feminine energy* digunakan untuk menggambarkan upaya perempuan dalam memahami diri, mengelola emosi, serta mencari keseimbangan antara kelembutan, ketenangan, dan kekuatan personal.

Fenomena ini berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan perempuan muda untuk menemukan "bahasa" yang mampu mewakili pengalaman emosional dan dinamika hidup mereka, tanpa harus terikat pada definisi feminitas yang normatif dan kaku.

*Feminine energy* tidak hadir sebagai konsep yang kaku atau memiliki definisi yang tunggal. Sebaliknya, istilah ini dimaknai secara beragam sesuai dengan pengalaman hidup masing-masing perempuan. Bagi sebagian perempuan muda, *feminine energy* dipahami sebagai ketenangan, empati, dan kemampuan merawat diri secara emosional.

Sementara itu, bagi perempuan lainnya, *feminine energy* dimaknai sebagai kemampuan untuk menetapkan batasan, menjaga kendali diri, serta membangun kepercayaan diri dalam relasi dan kehidupan sosial. Keberagaman pemaknaan ini menunjukkan bahwa perempuan muda secara aktif melakukan proses negosiasi atas makna feminitas sesuai dengan konteks kehidupan dan pengalaman personal mereka.

Besarnya fenomena *feminine energy* di TikTok terlihat dari masifnya konten yang beredar menggunakan berbagai tagar terkait. Tagar #feminineenergy digunakan dalam lebih dari 1,1 juta unggahan, disertai dengan berbagai variasi lain seperti #feminineenergymindset dan #darkfeminineenergy yang juga menunjukkan jumlah unggahan yang tinggi.



Gambar 1. 1 Tangkapan Layar Pencarian Tagar *Feminine energy* di TikTok

Banyaknya variasi tagar tersebut memperlihatkan bahwa *feminine energy* tidak berkembang sebagai tren tunggal, melainkan sebagai fenomena yang terus dimaknai dan dikontekstualisasikan ulang oleh perempuan muda di ruang digital, melalui beragam sudut pandang dan pengalaman yang ditampilkan.

Penyebaran konten yang luas ini menjadikan *feminine energy* sebagai bagian dari praktik komunikasi sehari-hari perempuan muda. Istilah ini tidak hanya digunakan sebagai simbol populer atau estetika visual saja, tetapi juga sebagai bahasa untuk membicarakan pengalaman emosional, relasi interpersonal, dan identitas diri. Dengan demikian, *feminine energy* berfungsi sebagai medium simbolik yang memungkinkan perempuan muda mengekspresikan dan memahami feminitas mereka dalam konteks kehidupan modern.

Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai ruang publik digital yang memungkinkan terbentuknya makna dan identitas gender. Hal ini sejalan dengan penelitian Rarame dan Riswandi (2025) dalam jurnal "*Representasi Perempuan dalam Media Sosial: Analisis Konstruksi Gender pada Akun TikTok @feminiyou*" yang menjelaskan bahwa TikTok menjadi ruang representasi perempuan melalui konstruksi gender yang dibangun lewat konten visual, narasi, serta simbol-simbol feminitas yang berulang.

Temuan tersebut menegaskan bahwa media sosial berperan aktif dalam membentuk cara perempuan memahami dan menampilkan feminitas, sekaligus membuka ruang bagi audiens untuk menafsirkan dan merespons makna tersebut.

Dalam konteks tersebut, *feminine energy* dapat dipahami sebagai salah satu bentuk ekspresi feminitas kontemporer yang lahir dari pengalaman personal perempuan muda sekaligus dipengaruhi oleh wacana yang beredar luas di media sosial.

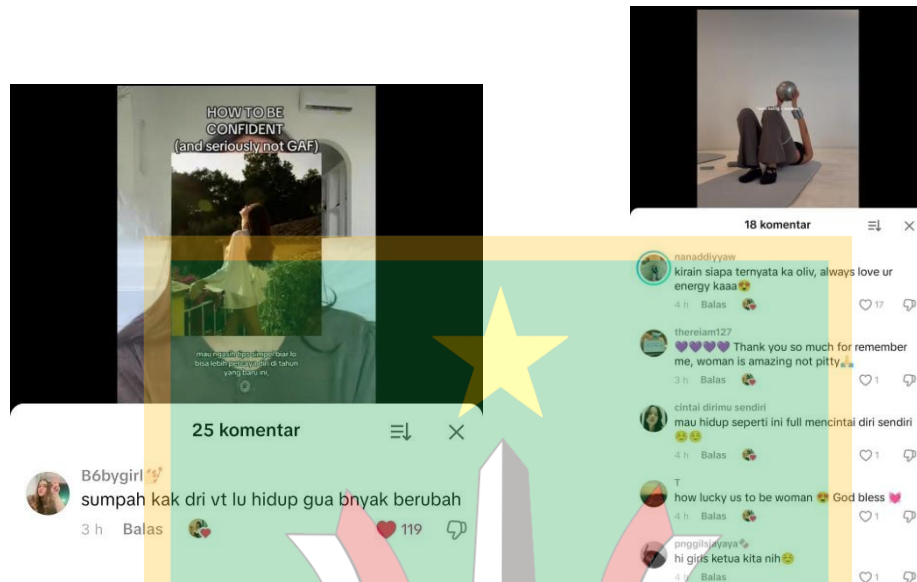
Kajian lain oleh Sukmana dan Chairil dalam jurnal “*Persepsi Perempuan Generasi Z terhadap Feminine energy pada Akun TikTok Shasa Zhania @\_shaz*” menunjukkan bahwa fenomena *feminine energy* telah berkembang menjadi wacana yang berulang dan konsisten di TikTok dengan tingkat atensi yang tinggi. Penelitian tersebut menegaskan bahwa *feminine energy* tidak hanya hadir sebagai tren visual, tetapi juga sebagai kerangka pemaknaan diri bagi perempuan muda.

Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada analisis konten atau persepsi umum audiens terhadap fenomena *feminine energy*. Pendekatan tersebut belum sepenuhnya menggali pengalaman subjektif perempuan muda dalam memaknai *feminine energy* sebagai bagian dari kehidupan dan proses pembentukan identitas mereka. Padahal, pengalaman subjektif ini menjadi kunci untuk memahami bagaimana perempuan muda melakukan proses negosiasi feminitas secara personal melalui interaksi di media sosial.

Di antara berbagai kreator yang membicarakan *feminine energy*, akun TikTok Olivia Mai (@livlauflove) menjadi salah satu kreator yang konsisten menghadirkan konten reflektif dan personal, serta mendapatkan respons signifikan dari perempuan muda.

Konten yang dibagikan tidak menawarkan satu definisi feminitas yang harus diikuti, melainkan membuka ruang bagi pengikutnya untuk merasakan, memahami, dan menafsirkan *feminine energy* berdasarkan

pengalaman hidup masing-masing. Hal ini terlihat dari keterlibatan audiens dalam bentuk komentar, refleksi personal, dan berbagi pengalaman yang menunjukkan bahwa konten tersebut dimaknai secara aktif.



Gambar 1. 2 Cuplikan Komentar dalam Konten *Feminine energy* dari akun TikTok @livlauflove

Keberadaan kreator lain seperti Shasa Zhania maupun akun tematik seperti @feminiyou menunjukkan bahwa *feminine energy* berkembang luas di TikTok dengan pendekatan yang beragam. Beberapa kreator menyampaikan *feminine energy* melalui pesan-pesan motivasi yang bersifat umum, sementara akun @livlauflove lebih menekankan pengalaman personal dan refleksi diri yang dekat dengan realitas perempuan muda.

Perbedaan pendekatan ini menunjukkan bahwa makna *feminine energy* tidak terbentuk secara tunggal, melainkan melalui proses pemaknaan yang beragam di kalangan audiens.

Fenomena *feminine energy* yang berkembang di TikTok memperlihatkan bagaimana perempuan muda berupaya menyeimbangkan sisi lembut yang selama ini dilekatkan pada feminitas dengan kebutuhan untuk tetap mandiri, tegas, dan memiliki kendali atas hidupnya.

Proses ini menunjukkan bahwa feminitas tidak diterima begitu saja sebagai identitas yang sudah jadi, melainkan terus dimaknai ulang melalui pengalaman

emosional dan interaksi di ruang digital. Oleh karena itu, memahami bagaimana perempuan muda memaknai *feminine energy* menjadi penting untuk melihat bagaimana komunikasi di media sosial berperan dalam proses negosiasi feminitas.

Dalam konteks Ilmu Komunikasi, fenomena ini relevan karena menunjukkan bagaimana pesan, nilai, dan makna tentang feminitas diproduksi, disebarkan, dan dimaknai oleh audiens melalui media sosial. TikTok menjadi ruang komunikasi di mana interaksi antara kreator dan audiens berlangsung secara simbolik dan emosional, sehingga memengaruhi cara perempuan muda memahami diri mereka sendiri.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk memahami fenomena *feminine energy* dalam negosiasi feminitas perempuan muda pengikut akun TikTok Olivia Mai (@livlauflove), sebagai upaya menangkap pengalaman subjektif perempuan muda dalam memaknai feminitas di tengah dinamika budaya digital.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari fenomena tersebut muncul pertanyaan utama yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu bagaimana negosiasi feminitas perempuan muda dalam fenomena "*feminine energy*": studi fenomenologis pada pengikut akun TikTok Olivia Mai (@livlauflove)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana negosiasi feminitas perempuan muda dalam fenomena "*feminine energy*": studi fenomenologis pada pengikut akun TikTok Olivia Mai (@livlauflove).

## 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, terdapat beberapa harapan untuk manfaat teoritis dan praktis:

#### 1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Ilmu Komunikasi dengan memperkaya pemahaman tentang proses pemaknaan dalam komunikasi digital.

Bagi bidang Ilmu Komunikasi, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami praktik komunikasi yang bersifat personal dan berbasis pengalaman hidup di media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan proses pemaknaan subjektif, emosional, dan kontekstual yang dialami oleh audiens perempuan muda.

Bagi bidang *Public Relations*, penelitian ini memberikan pemahaman mengenai bagaimana relasi antara komunikator dan publik di media sosial dibangun melalui kedekatan emosional dan pengalaman yang dirasakan oleh audiens.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengembangan kajian Ilmu Komunikasi dan *Public Relations*, khususnya dalam memahami komunikasi gender, komunikasi berbasis pengalaman, serta pembentukan makna dan relasi komunikator ke publik di ruang digital yang semakin personal dan reflektif.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan dinamika komunikasi dan representasi perempuan di media sosial.

Bagi kreator konten media sosial, khususnya kreator perempuan, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi dalam memahami bagaimana pesan tentang femininitas dan *feminine energy* dimaknai oleh audiens perempuan muda. Hasil penelitian ini dapat membantu kreator untuk lebih peka terhadap pengalaman dan kebutuhan emosional audiens, sehingga komunikasi yang dibangun terasa lebih relevan dan bermakna.

Bagi praktisi *Public Relations*, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya memahami pengalaman dan pemaknaan audiens dalam

komunikasi digital. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam merancang strategi komunikasi yang lebih empatik, autentik, dan mampu membangun hubungan jangka panjang dengan publik melalui media sosial.

Bagi perempuan muda sebagai pengguna media sosial, penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran kritis dalam memaknai konten *feminine energy*. Penelitian ini membuka ruang refleksi bagi perempuan muda untuk memahami bahwa feminitas dapat dimaknai secara beragam dan tidak harus mengikuti satu standar tertentu yang beredar di media sosial.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi awal dalam mengkaji fenomena *feminine energy*, feminitas, dan komunikasi gender di media sosial dengan menggunakan pendekatan fenomenologi atau pendekatan kualitatif lainnya.

### **1.5 Sistematika Penelitian**

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis agar pembahasan berjalan runtut dan mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang penelitian yang menguraikan fenomena *feminine energy* sebagai pengalaman dan wacana feminitas yang berkembang di media sosial, khususnya TikTok. Bab ini juga menjelaskan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoretis maupun praktis, serta sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat landasan konseptual dan teoritis yang digunakan dalam penelitian. Pembahasan mencakup teori performativitas gender dari Judith Butler, konsep feminitas, *feminine energy*, serta negosiasi feminitas di media sosial. Selain itu, bab ini juga menyajikan tinjauan penelitian terdahulu yang relevan untuk menunjukkan posisi dan kontribusi penelitian ini dalam kajian Ilmu Komunikasi.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan pendekatan dan metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk memahami pengalaman dan pemaknaan perempuan muda terhadap fenomena *feminine energy*. Bab ini menguraikan paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, jenis data, teknik pemilihan informan, waktu dan lokasi penelitian, teknik analisis data, serta keabsahan data.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai makna fenomena *feminine energy* dalam negosiasi feminitas perempuan muda pengikut akun TikTok Olivia Mai (@livlauflove). Pembahasan difokuskan pada pengalaman subjektif informan dalam memaknai konten yang mereka konsumsi, serta bagaimana pengalaman tersebut membentuk pemahaman mereka tentang feminitas di ruang digital.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan yang merangkum temuan utama penelitian mengenai makna fenomena *feminine energy* dalam negosiasi feminitas perempuan muda. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan bagi perempuan muda sebagai pengguna media sosial, kreator konten, praktisi *Public Relations*, serta peneliti selanjutnya agar penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan praktik dan kajian komunikasi yang lebih peka terhadap isu feminitas dan budaya digital.