

REPRODUKSI NILAI PATRIARKI DALAM WACANA FEMININITAS
(Analisis Wacana Digital Konten *Feminine Energy* di TikTok)

Rozanah Aristawati¹, Augustin Mustika Chairil²

^{1,2} ILMU KOMUNIKASI FISIBPOL Universitas Pembangunan Nasional

“Veteran” Jawa Timur

122043010317@student.upnjatim.ac.id, 2augustin.mustika.ilkom@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

The phenomenon of “feminine energy” content, which has gained popularity on TikTok, has drawn attention for its relation to how women understand and present femininity in digital spaces. This study aims to analyze digital discourse in TikTok videos tagged with the hashtag #feminineenergy. The study employs a qualitative approach using Rodney H. Jones digital discourse analysis method, focusing on four elements. The results show that, in terms of text, the content shapes understandings of femininity through romantic relationships, imagery, appearance, and feminine behavior. In terms of context, the discourse develops and spreads widely through creators’ productions, the use of captions and hashtags, and TikTok’s algorithm, which expands its reach. In terms of action and interaction, the discourse engages the audience through likes, comments, saves, and shares, and is reproduced via hashtags, recurring terms, and similar content formats. Regarding ideology and power, the content embodies patriarchal ideology by establishing standards for how women should behave, present themselves, and position themselves particularly within romantic relationships.

Keywords: *Digital Discourse Analysis, Feminine energy, TikTok*

ABSTRAK

Fenomena konten *feminine energy* yang populer di TikTok menarik perhatian karena berkaitan dengan cara perempuan memahami dan menampilkan femininitas di ruang digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis wacana digital pada konten video dengan hastagh #feminineenergy di TikTok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana digital Rodney H. Jones terhadap empat elemen. Hasil menunjukkan bahwa pada elemen teks, konten membentuk pemahaman femininitas melalui relasi romantis, citra dan penampilan, serta perilaku *feminine* perempuan. Pada konteks, wacana berkembang dan menyebar luas melalui produksi kreator, penggunaan caption dan hashtag, serta dorongan algoritma TikTok yang memperluas jangkauannya. Pada tindakan dan interaksi, wacana memperoleh keterlibatan audiens melalui *like*, komentar, simpan, dan *share*, serta direproduksi lewat hashtag, istilah berulang, dan format konten serupa. Pada ideologi dan kekuasaan, konten memuat ideologi patriarki karena membentuk standar tentang bagaimana perempuan seharusnya bersikap, berpenampilan, dan menempatkan diri, terutama dalam relasi romantis.

Kata Kunci: Analisis Wacana Digital, Energi Feminin, TikTok

A. Pendahuluan

Perkembangan media sosial membuat pembahasan mengenai femininitas tidak hanya hadir dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dibentuk melalui konten digital. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah *feminine energy*, yaitu wacana yang mulai ramai diperbincangkan di TikTok sejak tahun 2023 dan terus memperoleh perhatian luas. Di Indonesia, tren ini berkembang seiring munculnya kreator konten dan influencer yang membahas cara perempuan bersikap, berperilaku, menampilkan diri, dan membangun relasi sosial melalui *feminine energy* (Silaban et al., 2025).

Feminine energy dikaitkan dengan sekumpulan sifat *feminine* pada perempuan, terutama dalam cara bersikap dan berperilaku (Sukmana & Chairil, 2024). Besarnya perhatian terhadap tren ini terlihat dari jumlah tayangan tagar *#feminineenergy* yang mencapai sekitar 5,3 miliar di TikTok, sementara pengguna TikTok di Indonesia telah mencapai 194,37 juta orang berdasarkan laporan We Are Social dan Meltwater pada Juli 2025.

Feminine energy tidak dapat dilepaskan dari pemahaman tentang femininitas sebagai nilai dan karakter yang sering dikaitkan dengan kelembutan, empati, intuisi, dan kepekaan emosional (Silaban et al., 2025). Seiring perkembangannya, femininitas tidak lagi selalu dipandang sebagai kelemahan, tetapi juga dapat dipahami sebagai kekuatan dan bagian dari cara perempuan menampilkan dirinya. Di ruang digital, *feminine energy* banyak dikaitkan dengan kesadaran diri, kemampuan mengelola emosi, merawat diri, membangun kepercayaan diri, serta membentuk citra diri yang lebih positif. Perkembangan ini menunjukkan adanya pergeseran pemahaman tentang *feminine energy* dari sekadar citra fisik perempuan menuju kesadaran diri dan keaslian personal yang lebih mendalam (Silaban et al., 2025).

Pembahasan *feminine energy* di TikTok muncul dalam berbagai bentuk konten, terutama melalui cara perempuan menampilkan perilaku, penampilan, dan relasi romantis. Sebagian konten menempatkan *feminine energy* sebagai cara perempuan mengelola sikap, emosi,

dan respons dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian lainnya mengaitkan konsep tersebut dengan perawatan diri, citra tubuh, gaya berpakaian, dan penampilan feminin. Selain itu, terdapat pula konten yang membahas *feminine energy* dalam hubungan romantis, seperti cara kemampuan perempuan untuk menerima bantuan, kasih sayang, perhatian, dan perlindungan dari laki-laki serta cara untuk menarik lawan jenis. Keberagaman wacana ini diperkuat melalui istilah seperti "*receive don't chase*" dan "*soft life*", yang membingkai bagaimana perempuan seharusnya bersikap dan menempatkan diri di ruang digital (Octavia et al., 2026).

Fenomena tersebut penting dikaji karena *feminine energy* tidak hanya dipahami sebagai tren pengembangan diri, tetapi juga berkaitan dengan cara perempuan memaknai posisi dan perannya dalam kehidupan sosial maupun romantis. Sebagian kreator juga membahas cara mengaktifkan *feminine energy* sebagai strategi dalam hubungan romantis (Rainanda & Saifudin, 2025). Dalam beberapa konten, perempuan cenderung diarahkan untuk bersikap

lunak, menerima, tidak mengejar, tidak terlalu dominan, serta memberi ruang bagi laki-laki untuk mengambil peran aktif dalam hubungan. Kondisi ini menunjukkan bahwa makna *feminine energy* tidak hadir secara tunggal, melainkan diproduksi, disebarkan, dan dipahami secara berbeda oleh pengguna TikTok. Oleh karena itu, pembahasan *feminine energy* perlu dilihat sebagai wacana digital yang dapat memuat nilai, kepentingan, serta melihat adanya kemungkinan ideologi tertentu terutama nilai patriarki.

Untuk memahami bagaimana wacana *feminine energy* dipahami, diproduksi, dan disebarluaskan di TikTok, penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Digital Rodney H. Jones. Pendekatan ini relevan karena TikTok tidak hanya menampilkan teks, tetapi juga menggabungkan visual, *caption*, *hashtag*, komentar, serta fitur interaktif yang ikut membentuk makna. Analisis wacana digital memperhatikan empat aspek penting, yaitu teks, konteks, tindakan dan interaksi, serta kekuasaan dan ideologi (Jones et al., 2015). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wacana digital pada

konten dengan *hashtag feminine energy* di TikTok guna memahami makna dalam teks, konteks, tindakan dan interaksi, serta mengkaji kemungkinan adanya ideologi patriarki yang melatarbelakangi konstruksi wacana tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian Ilmu Komunikasi, khususnya analisis wacana digital, media sosial, gender, dan representasi perempuan di ruang digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan memahami sebuah fenomena secara mendalam dalam kondisi yang alami. Menurut Sugiyono, metode kualitatif adalah metode penelitian yang dilakukan pada objek yang alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen utama dan analisis data secara induktif, sehingga hasilnya lebih berfokus pada makna (Sugiyono, 2023). Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan menekankan pada proses. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan fenomena sosial secara lebih mendalam.

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis sebagai landasan berpikir untuk melihat hubungan antara wacana, ideologi, dan relasi kekuasaan yang ada di baliknya. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis yang berusaha mengungkap relasi kekuasaan yang tersembunyi dalam praktik komunikasi dan media (Ade et al., 2025). Melalui paradigma ini, penelitian melihat bagaimana wacana di media digital, khususnya TikTok, dapat menggambarkan isu-isu sosial, termasuk yang berkaitan dengan gender. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana digital dari Rodney H. Jones yang mengkaji penggunaan bahasa dalam komunikasi digital serta pengaruh faktor sosial, budaya, dan teknologi di dalamnya (Jones et al., 2015). Metode ini menganalisis wacana melalui empat elemen, yaitu teks, konteks, tindakan dan interaksi, serta ideologi dan kekuasaan, pada konten video dengan hashtag *#feminineenergy* di TikTok.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan analisis wacana digital Rodney H. Jones untuk mengkaji konten TikTok melalui hashtag #feminineenergy. Data dalam penelitian ini diambil pada periode 17–22 Mei 2026. Pemilihan data dilakukan dengan memperhatikan tingkat engagement yang tinggi, yang dilihat melalui fitur like count pada TikTok, serta variasi wacana yang muncul dalam konten. Selanjutnya, data dianalisis melalui empat elemen analisis wacana digital Rodney H. Jones, yaitu teks, konteks, tindakan dan interaksi, serta ideologi dan kekuasaan.

Teks

Elemen teks dalam analisis wacana digital mencakup tulisan, lisan, gambar, video, audio, dan unsur semiotik lain yang membentuk makna dalam konten digital (Jones et al., 2015). Dalam penelitian ini, teks dianalisis melalui konten TikTok dengan hashtag #feminineenergy, seperti narasi kreator, tulisan pada layar, caption dan hashtag.

1. *Feminine Energy* dalam Relasi Romantis



Gambar 1 *Feminine energy* dalam relasi romantis oleh @khanaayaaaa

Sumber :

<https://vt.tiktok.com/ZSxSxwPDx/>

Konten @khanaayaaaa menampilkan teks bahwa ketika perempuan menerapkan *feminine energy*, orang yang mendekatinya dapat menjadi “obses”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa *feminine energy* diposisikan sebagai daya tarik perempuan dalam relasi romantis. Kata “obses” memberi kesan bahwa perempuan yang menerapkan *feminine energy* dianggap lebih menarik, bernilai, dan mampu memengaruhi respons orang lain terhadap dirinya.



Gambar 2 *Feminine energy* dalam relasi romantis oleh @nmalicca

Sumber:

<https://vt.tiktok.com/ZSxSQRx9u/>

Konten @nashatramalicca menjelaskan bahwa daya tarik perempuan tidak hanya berasal dari kecantikan, kepintaran, atau popularitas, tetapi juga dari *feminine energy*. Dalam konten ini, *feminine energy* dikaitkan dengan kemampuan perempuan menerima bantuan, materi, kasih sayang, dan perhatian dari laki-laki. Perempuan yang terlalu menolak bantuan atau merasa dapat melakukan semuanya sendiri digambarkan lebih menunjukkan *masculine energy*. Konten ini membangun pemahaman bahwa relasi romantis ideal terjadi ketika perempuan berada pada posisi menerima, sedangkan laki-laki berada pada posisi memberi atau membantu.



Gambar 3 *Feminine energy* dalam relasi romantis oleh @mawar.salem

Sumber:

<https://vt.tiktok.com/ZSxSxvBfa/>

Konten @mawarsalem memperkuat narasi *feminine energy* melalui pembahasan tentang laki-laki *provider*. Kreator menjelaskan bahwa perempuan dengan *feminine energy* akan menarik laki-laki maskulin atau *provider*. Contoh yang diberikan, seperti menerima traktiran, tidak menawarkan *split bill*, dan membiarkan laki-laki membantu, menunjukkan bahwa *feminine energy* dipahami sebagai kemampuan menerima perlakuan baik dari laki-laki. Narasi ini memperjelas pembagian peran antara perempuan sebagai penerima dan laki-laki sebagai pemberi.



Gambar 4 *Feminine energy* dalam relasi romantis oleh @taniamilest

Sumber:

<https://vt.tiktok.com/ZSxSQdpaU/>

Konten @taniamilest menampilkan pemaknaan yang sedikit berbeda. *Feminine energy* dijelaskan sebagai sikap tidak mengejar, tidak menuntut, tidak mendikte, menjaga *boundaries*, serta tidak memaksakan hubungan yang tidak menghargai diri perempuan. Perempuan *high value* digambarkan sebagai perempuan yang mampu mengontrol dirinya sendiri, menjaga batas, dan menentukan standar dalam hubungan. *Feminine energy* tidak hanya dipahami sebagai kelembutan atau penerimaan, tetapi juga sebagai kemampuan menjaga harga diri.

Berdasarkan keempat konten tersebut, *feminine energy* dalam relasi romantis dibangun melalui narasi daya tarik, kemampuan menerima,

dan pengelolaan diri perempuan dalam hubungan. Istilah seperti *receive*, *provider*, *masculine energy*, *high value*, dan *boundaries* menunjukkan bahwa perempuan feminin digambarkan sebagai sosok yang lembut, mampu menerima, tidak terlalu mengejar, tetapi tetap memiliki standar diri. Hal ini sejalan dengan Silaban et al. (2025) yang menjelaskan bahwa *feminine energy* berkaitan dengan empati, intuisi, kelembutan, serta kemampuan membangun hubungan emosional yang seimbang. Namun, perbedaan perempuan sebagai penerima dan laki-laki sebagai pemberi juga memperlihatkan adanya konstruksi gender dalam relasi romantis.

2. *Feminine Energy* Sebagai Citra dan Penampilan Feminin



Gambar 5 *Feminine energy* sebagai citra dan penampilan feminin oleh @sitiazig6z1

Sumber:
<https://vt.tiktok.com/ZSxSqBgtS/>

Konten @sitiazig6z1 menampilkan teks “Aura terpancar kecantikan meningkat”. Isi video berisi anjuran menjaga kebersihan tubuh, berolahraga, menghindari gosip, beribadah, berbagi, merawat kulit, memperbanyak senyum, dan menjaga aroma tubuh. Teks tersebut menunjukkan bahwa *feminine energy* dikaitkan dengan tubuh yang terawat, kebiasaan positif, kecantikan, dan citra diri yang lembut. Pilihan kata “aura” dan “kecantikan meningkat” memperlihatkan bahwa *feminine energy* dipahami sebagai kualitas diri yang tampak melalui penampilan dan perilaku sehari-hari.



Gambar 6 *Feminine energy* sebagai citra dan penampilan *feminine* oleh @titian.siahaan

Sumber:
<https://vt.tiktok.com/ZSxSsJcgK/>

Konten @titian.siahaan membicarakan *feminine energy* melalui istilah “imut”, “lembut”, “playful”, “elegan”, dan “princess”. Aktivitas seperti *self-care*, menggunakan benda-benda lucu, memakai piyama satin, menari kecil, menggunakan emoji, dan memberi pujian dengan lembut membentuk citra feminin yang manis dan menyenangkan. Dalam konten ini, *feminine energy* tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik, tetapi juga suasana diri dan cara perempuan menikmati identitas femininnya.

Kedua konten pada kategori ini menunjukkan bahwa *feminine energy* dibentuk melalui perawatan tubuh, gaya hidup, kebiasaan, dan ekspresi diri. Hal ini sejalan dengan Francis (dalam Sukmana & Chairil, 2024) yang menjelaskan bahwa femininitas sering dikaitkan dengan estetika dan penampilan. Namun, konten tersebut juga memuat unsur pengembangan diri seperti menghindari gosip, melakukan kegiatan positif, beribadah, berbagi, dan menikmati diri sendiri. *Feminine energy* dalam kategori ini tidak hanya menjadi tuntutan tampil cantik, tetapi juga cara

perempuan membangun citra diri yang lembut, terawat, positif, dan terkendali.

3. *Feminine Energy* Sebagai Perilaku Feminin Perempuan



Gambar 7 *Feminine energy* sebagai perilaku feminine perempuan oleh @feminiyou

Sumber:

<https://vt.tiktok.com/ZSQEHcNrL/>

Konten @feminiyou menampilkan teks “Cara *switching* dari maskulin ke feminin”. Respons maskulin digambarkan melalui sikap *pride*, emosi, ego, kompetisi, dan sulit memaafkan. Sebaliknya, respons feminin dikaitkan dengan kasih sayang, *nurturing*, membantu, menghargai, *flirty*, *innocent*, *forgiving*, dan *compassionate*. Konten ini menunjukkan bahwa *feminine energy* dipahami sebagai perilaku yang tampak melalui cara berbicara, menanggapi orang lain, dan mengelola emosi.



Gambar 8 *Feminine energy* sebagai perilaku feminine perempuan oleh @livlauflove

Sumber :

<https://vt.tiktok.com/ZSxcP7wtH/>

Konten @livlauflove menjelaskan bahwa salah satu tanda *feminine energy* terluka adalah sulit menerima pujian. *Feminine energy* dijelaskan melalui kualitas seperti *receiving*, *go with the flow*, *being*, *nurturing*, dan *compassion*. Namun, kreator juga menegaskan bahwa menjadi feminin bukan berarti perempuan tidak boleh memiliki kualitas maskulin seperti *doing*, *chasing*, *pursuing*, *making plans*, dan *structure*. Artinya, *feminine energy* tidak dimaknai sebagai penolakan terhadap energi maskulin, tetapi sebagai upaya menyeimbangkan keduanya.

Pada kategori ini, *feminine energy* dipahami sebagai cara perempuan mengelola sikap dan

respons dalam kehidupan sehari-hari. Nilai kelembutan, kepedulian, penerimaan, dan kasih sayang menjadi bagian penting dalam konstruksi perilaku feminin. Hal ini sejalan dengan Kadir et al. (2017) yang menyebut *caring* dan altruisme sebagai bagian dari karakter feminin. Selain itu, konten @livlauflove menunjukkan pemaknaan femininitas yang lebih fleksibel karena perempuan tetap dapat memiliki sisi maskulin dalam pekerjaan atau pendidikan. Femininitas modern dapat menjadi ruang bagi perempuan untuk mengekspresikan identitasnya secara lebih bebas (Nur, 2020).

Dari keseluruhan konten, caption, hashtag, emoji, teks layar, dan visual juga menjadi bagian dari teks digital yang ikut membentuk serta mengarahkan makna wacana *feminine energy*. Caption seperti *"That's right"* dan *"jawaban cepat dari maskulin ke feminin"* menunjukkan bahwa konten dikemas sebagai penegasan maupun tips praktis, sedangkan beberapa hashtag seperti *#relationshiptips*, *#selflove*, *#selfcare*, *#tips*, dan *#fyp* mengarahkan konten pada pembahasan relasi,

pengembangan diri, serta penyebaran pesan kepada audiens TikTok. Unsur visual, ekspresi kreator, dan teks layar juga memperkuat kesan personal, tenang, lembut, dan persuasif.

Konteks

Konteks dalam analisis wacana digital digunakan untuk melihat kondisi sosial, budaya, dan teknologi yang melatarbelakangi munculnya teks di ruang digital. Dalam penelitian ini, konten *feminine energy* tidak hanya dipahami melalui narasi video, tulisan layar, *caption*, *hashtag*, atau visual, tetapi juga melalui cara konten tersebut diproduksi, disebar, dan dimaknai oleh pengguna TikTok. Jones et al. (2015) menjelaskan bahwa konteks digital mencakup kondisi yang membentuk penggunaan dan pemaknaan teks. Karena itu, konteks penelitian ini melihat bagaimana TikTok, kreator, audiens, FYP, dan algoritma ikut membentuk penyebaran wacana *feminine energy*.

Kemunculan wacana *feminine energy* berkaitan dengan TikTok sebagai ruang yang terbuka dan partisipatif. Pengguna tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga pembuat, penyebar, dan penafsir

pesan (Qadir Abdul & Ramli M., 2024). Di TikTok, *feminine energy* berkembang sebagai istilah populer yang membahas cara perempuan memahami diri, membangun relasi romantis, merawat tubuh, menjaga penampilan, menerima pujian, bersikap lembut, menjaga batas diri, dan menyeimbangkan sisi *feminine* serta *masculine*. Istilah seperti *receiving*, *soft*, *high value*, *nurturing*, *go with the flow*, *provider*, dan *self-development* memperlihatkan bahwa wacana ini berkaitan dengan femininitas, relasi sosial, dan pengembangan diri. Hal ini *feminine energy* berkaitan dengan empati, intuisi, kelembutan, kepekaan emosional, dan hubungan yang seimbang (Silaban et al., 2025).

Wacana *feminine energy* banyak diminati karena dekat dengan pengalaman perempuan modern yang sering dituntut mandiri, kuat, produktif, dan mampu mengatur banyak hal. Kondisi tersebut sering dikaitkan dengan *masculine energy*, seperti *doing*, *chasing*, *pursuing*, *making plans*, dan *structure*, sehingga *feminine energy* hadir sebagai tawaran untuk menjadi lebih tenang, lembut, menerima, dan mengalir. Hal

ini berkaitan bahwa femininitas modern dapat menjadi ruang ekspresi identitas perempuan secara lebih fleksibel (Nur, 2020). Selain relevansi tema, penyebaran wacana ini juga didukung algoritma FYP yang mempertimbangkan aktivitas pengguna seperti tontonan, *likes*, komentar, simpan, dan *share* (Setyawan, 2021). Wacana *feminine energy* berkembang karena perpaduan antara pengalaman perempuan, partisipasi audiens, pembentukan identitas digital, dan mekanisme algoritma TikTok.

Tindakan dan Interaksi

Analisis wacana digital tidak hanya melihat teks sebagai pesan, tetapi juga melihat bagaimana teks digunakan dalam tindakan dan interaksi sosial. Dalam ruang digital, konten dapat ditonton, disukai, dikomentari, disimpan, dibagikan, bahkan diproduksi ulang oleh pengguna lain. Jones et al. (2015) menjelaskan bahwa bahasa dalam ruang digital tidak hanya berfungsi sebagai sistem tanda, tetapi juga digunakan untuk melakukan tindakan sosial. Konten *feminine energy* di TikTok dipahami sebagai wacana

yang diproduksi oleh kreator, direspons oleh audiens, dan direproduksi kembali melalui interaksi digital.

Tindakan kreator terlihat dari produksi konten melalui narasi, visual, *caption*, *hashtag*, serta tips yang dekat dengan kehidupan perempuan, seperti relasi romantis, perawatan diri, penampilan feminin, penerimaan diri, dan cara merespons orang lain. Konten tersebut mengarahkan audiens untuk memahami *feminine energy* sebagai sesuatu yang dapat dipraktikkan, misalnya menerima bantuan, tidak terlalu mengejar, menjaga batas diri, merawat diri, menerima pujian, bersikap lembut, berempati, serta menyeimbangkan *masculine energy* dan *feminine energy*. Pemaknaan ini berkaitan dengan femininitas modern yang sering dikaitkan dengan empati, intuisi, kelembutan, dan kemampuan membangun hubungan emosional yang seimbang (Silaban et al., 2025). Konten *feminine energy* tidak hanya menjadi tontonan, tetapi juga menjadi panduan perilaku bagaimana perempuan seharusnya bertindak secara feminin.

Respons audiens terlihat melalui jumlah suka, komentar, simpan, dan bagikan yang menunjukkan keterlibatan mereka dalam penyebaran wacana. Konten dengan keterlibatan tinggi yaitu @sitiazig6z1 dengan 2,7 juta tayangan, 381,4 ribu suka, 714 komentar, 143,1 ribu simpan, dan 14 ribu bagikan, @mawarsalem dengan 2,1 juta tayangan, 241 ribu suka, 1.858 komentar, 30,7 ribu simpan, dan 25,2 ribu bagikan, serta @taniamilest dengan 1,8 juta tayangan, 174,2 ribu suka, 880 komentar, dan 41,2 ribu bagikan. Data tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menonton, tetapi juga memberi respons, menyimpan konten yang dianggap berguna, dan membagikannya kepada pengguna lain. Pengguna TikTok tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga ikut memproduksi dan menyebarkan konten (Tamonob et al., 2023).



Gambar 9 Komentar Pengalaman Penerapan *Feminine Energy*

Sumber: TikTok.com

Komentar pada gambar di atas memperlihatkan bahwa sebagian audiens menerima wacana *feminine energy* karena merasa dekat dengan pengalaman pribadi mereka. Wacana ini dimaknai sebagai bentuk daya tarik perempuan, keberhasilan dalam relasi romantis, serta representasi femininitas yang lembut, manis, dan menyenangkan. Respons tersebut menunjukkan bahwa kolom komentar tidak hanya berisi tanggapan singkat, tetapi juga memuat pengalaman dan pemaknaan audiens terhadap *feminine energy*. Pada bagian ini, audiens cenderung menempatkan *feminine energy* sebagai perilaku yang bernilai positif dalam hubungan sosial maupun romantis.



Gambar 10 Komentar Tantangan Penerapan *Feminine Energy*

Sumber: TikTok.com

Komentar pada gambar di atas memperlihatkan bahwa tidak semua audiens menerima *feminine energy* sebagai sesuatu yang mudah diterapkan. Sebagian respons menunjukkan adanya rasa lelah, kesulitan, dan tekanan dalam mengikuti tuntutan untuk bersikap sesuai dengan standar feminin tertentu. Penerapan *feminine energy* juga terlihat tidak sederhana ketika berkaitan dengan perasaan dan hubungan romantis, karena audiens mengalami perbedaan antara memahami isi konten dan mempraktikkannya dalam kehidupan nyata. Pada bagian ini, komentar audiens menunjukkan bahwa wacana *feminine energy* tidak hanya diterima sebagai nasihat, tetapi juga dapat

dirasakan sebagai tuntutan yang membebani perempuan.



Gambar 11 Berbagai Respons Audiens terhadap *Feminine Energy*

Sumber: TikTok.com

Komentar pada gambar di atas menunjukkan bahwa respons audiens terhadap *feminine energy* tidak hanya berupa penerimaan, tetapi juga penolakan dan pemaknaan ulang. Sebagian audiens memilih untuk menjadi diri sendiri daripada mengikuti standar *feminine energy* tertentu. Selain itu, terdapat juga komentar yang memahami bahwa *feminine energy* tidak hanya berasal dari diri perempuan, tetapi juga dipengaruhi oleh relasi dengan pasangan. Hal ini memperlihatkan bahwa audiens menafsirkan wacana *feminine energy* berdasarkan pengalaman pribadi dan

hubungan romantis yang mereka alami masing-masing.

Beragam komentar tersebut memperlihatkan bahwa kolom komentar berfungsi sebagai ruang interaksi audiens dalam menerima, mempertanyakan, menolak, dan menafsirkan ulang makna *feminine energy* berdasarkan pengalaman masing-masing. Sebagian audiens mengaitkan wacana ini dengan daya tarik dan keberhasilan hubungan, sementara sebagian lain merasa lelah atau memilih untuk tidak mengikuti standar tertentu. Respons tersebut juga menunjukkan adanya keterkaitan dengan budaya patriarki, karena penerapan *feminine energy* masih sering bergantung pada posisi laki-laki sebagai pemimpin dalam hubungan (Banani & Febriyanti, 2024). Selain itu, komentar audiens memperlihatkan adanya budaya partisipatif, sebab audiens tidak hanya menerima pesan kreator secara pasif, tetapi ikut membangun, mempertanyakan, dan memodifikasi makna *feminine energy* melalui pengalaman yang mereka bagikan di ruang digital.

Selain diproduksi dan direspons, wacana *feminine energy*

juga direproduksi melalui komentar, *hashtag*, istilah berulang, format konten serupa, dan algoritma TikTok. Berdasarkan data observasi pada website tiktokhashtag.com, *hashtag* #feminineenergy memiliki sekitar 227.8 thousand overall posts, 3.6 billion overall views, dan 15,9 thousand views/post, yang menunjukkan bahwa wacana ini populer dan terus diproduksi oleh banyak pengguna. Penyebaran tersebut diperkuat oleh algoritma *For You Page* yang menyesuaikan rekomendasi berdasarkan aktivitas pengguna, seperti video yang ditonton, disukai, dan dikomentari (Setyawan, 2021). Istilah seperti *receive*, *provider*, *high value*, *soft*, *princess treatment*, *masculine energy*, dan *feminine energy* juga terus muncul dalam berbagai konten, sehingga wacana ini direproduksi melalui tema dan pola penyampaian yang serupa. *Feminine energy* di TikTok terus berkembang sebagai wacana digital yang terus diproduksi, direspons, disebar, dan dimaknai ulang oleh pengguna.

Ideologi dan Kekuasaan

Ideologi dan kekuasaan dalam analisis wacana digital penting untuk melihat bagaimana konten media sosial dapat membentuk cara pandang pengguna terhadap realitas sosial. Dalam ruang digital, kekuasaan tidak hanya muncul melalui isi pesan, tetapi juga melalui cara pesan diproduksi, disebar, direspons, dan dimaknai oleh audiens (Jones et al., 2015). Konten *feminine energy* di TikTok tidak hanya dapat dipahami sebagai nasihat hubungan atau pengembangan diri, tetapi juga sebagai wacana yang membentuk pemahaman tentang perempuan, laki-laki, dan relasi gender. Konten ini sering menggambarkan perempuan ideal sebagai sosok yang lembut, menerima, menjaga penampilan, tidak dominan, dan memberi ruang kepada laki-laki untuk membantu atau memimpin. Meskipun terlihat sebagai bentuk *women empowerment*, wacana ini tetap mereproduksi patriarki karena perempuan diarahkan untuk menyesuaikan diri, sedangkan laki-laki ditempatkan pada posisi yang lebih dominan (Anto et al., 2023).

Dalam hubungan romantis, wacana *feminine energy* banyak menempatkan perempuan sebagai

pihak yang menerima, sedangkan laki-laki sebagai pihak yang memberi, membayar, mengejar, melindungi, atau memimpin. Hal ini terlihat dari narasi bahwa perempuan tidak perlu menawarkan *split bill*, tidak perlu menolak bantuan, dan sebaiknya memberi ruang kepada laki-laki untuk menjadi *provider*. Pembagian peran seperti ini membuat relasi yang tidak setara tampak wajar, karena laki-laki dianggap memiliki peran lebih besar dalam mengatur atau menentukan hubungan. Pola tersebut sejalan dengan konstruksi gender yang menempatkan perempuan sebagai sosok lembut, patuh, dan menerima, sedangkan laki-laki dilekatkan dengan peran sebagai pemimpin, pelindung, dan pemberi (Jufanny & Girsang, 2020). Konten *feminine energy* tidak hanya membicarakan cara perempuan menjadi lebih menarik, tetapi juga ikut membentuk standar tentang perempuan seperti apa yang dianggap ideal dalam relasi sosial.

Selain dalam relasi romantis, wacana *feminine energy* juga mengatur tubuh, penampilan, dan perilaku perempuan sehari-hari. Perempuan diarahkan untuk tampil cantik, wangi, berbicara lembut,

tersenyum, bersikap manis, dan tidak terlalu dominan. Jika dilihat melalui konsep *gender performativity*, femininitas dalam konten ini terbentuk melalui tindakan berulang yang akhirnya tampak alamiah, padahal sebenarnya dipengaruhi oleh norma sosial (Butler dalam Inayah & Fauzi, 2024). Penyebaran wacana ini semakin kuat karena kreator menyampaikan pesan melalui narasi, teks layar, *caption*, *hashtag*, visual, dan contoh perilaku yang terasa dekat seperti nasihat personal. Kreator, respons audiens dan algoritma TikTok juga ikut memperluas wacana ini, karena konten yang banyak ditonton, disukai, dikomentari, disimpan, dan dibagikan memiliki peluang lebih besar untuk muncul di *For You Page* pengguna lain (Setyawan, 2021). Meskipun konten *feminine energy* dapat menjadi ruang bagi perempuan untuk perkembangan diri, namun konten ini belum sepenuhnya lepas dari nilai patriarki karena masih mereproduksi standar tentang bagaimana perempuan seharusnya tampil, bersikap, dan berelasi terutama hubungan romantis.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis wacana digital terhadap konten video di TikTok dengan hashtag *#feminineenergy*, dapat disimpulkan bahwa konten tersebut membentuk wacana tentang femininitas perempuan di ruang digital yang tidak terlepas dari ideologi patriarki. Melalui elemen teks, *feminine energy* dibangun dalam tiga pembahasan utama, yaitu relasi romantis, citra dan penampilan, serta perilaku *feminine* perempuan, di mana perempuan digambarkan sebagai sosok yang lembut, mampu menerima, menjaga penampilan, dan memiliki batas diri. Melalui elemen konteks, wacana ini berkembang karena TikTok memungkinkan pengguna memproduksi, membagikan, dan memaknai konten secara aktif, serta dikemas dalam bentuk tips, nasihat, dan pengalaman yang dekat dengan kehidupan perempuan, dengan jangkauan yang diperluas oleh hashtag, *caption*, fitur *For You Page*, dan algoritma TikTok.

Pada elemen tindakan dan interaksi, wacana *feminine energy* tidak hanya diproduksi oleh kreator, tetapi juga berkembang melalui

keterlibatan audiens berupa *like*, komentar, simpan, dan *share*, termasuk komentar yang membagikan pengalaman pribadi, menolak standar tertentu, maupun menegosiasikan makna *feminine energy*. Sementara itu, pada elemen ideologi dan kekuasaan, konten *feminine energy* memuat ideologi patriarki karena membentuk standar tentang bagaimana perempuan seharusnya bersikap, berpenampilan, dan menempatkan diri terutama dalam hubungan romantis, yaitu menjadi lembut, menerima, tidak dominan, serta memberi ruang kepada laki-laki sebagai pihak yang memberi, memimpin, atau melindungi. Dengan demikian, konten *feminine energy* yang tampak sebagai bentuk pengembangan diri perempuan tetap memperlihatkan pengaruh nilai patriarki dalam membentuk pemahaman tentang femininitas di ruang digital.

Penelitian ini menyarankan agar pembaca, khususnya yang tertarik pada analisis wacana digital dan isu gender di media sosial seperti TikTok, dapat lebih kritis dalam menelaah konten yang dikonsumsi maupun diproduksi. Selain itu, karena

penelitian ini terbatas pada wacana *feminine energy* melalui hashtag *#feminineenergy*, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek kajian dengan meneliti hashtag atau wacana lain guna melihat bagaimana media sosial berperan dalam membentuk, menyebarkan, serta mereproduksi pemahaman masyarakat tentang beragam wacana dalam masalah sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto, R. P., Tuti Khairani Harahap, Ms., Yovita Erin Sastrini, Ms., Septian Nur Ika Trisnawati, Mk., Juwita Desri Ayu, C., Yuseva Sariati, Mk., Nelson Hasibuan, Mk., Uswatun Khasanah, Mt., Nsandari Elsa Dwi Putriskep, C., & Andi Yusniar Mendo, Mk. (2023). *Perempuan, Masyarakat, Dan Budaya Patriarki*.
- Banani, P. A. E., & Febriyanti, S. N. (2024). *Analisis Wacana Digital Tentang Male Privilege Di Indonesia Dalam Talkshow Mata Najwa Berjudul "Enaknya Jadi Laki-Laki."*
[Http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id](http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id)
- Febryanti, A., Indris, I., Jannatania, J., Ramadhanti, G. A., Ema, Rachim, R. R. P., Fitriana, Y. N., Estriana, V., Juliastuti, R., Mardiansyah, I., Wijayaningrum, M. C. W., & Purwakanta, M. A. (2025). *Teori Komunikasi* (J. Nur, Ed.; Cetakan 1: Juni 2025). Pt Mustika Sri Rosadi.
- Inayah, Z. R., & Fauzi, A. M. (2024). *Pembebasan Seksualitas Dan Gender Dalam Film The Danish Girl: Studi Analisis Teori Performativitas Judith Butler* (Vol. 13).
- Jones, R. H., Alice, C., & Hafner, C. A. (2015). *Discourse And Digital Practices; Doing Discourse Analysis In The Digital Age*.
- Jufanny, D., & Girsang, L. R. (2020). *Toxic Masculinity Dalam Sistem Patriarki (Analisis Wacana Kritis Van Dijk Dalam Film "Posesif")* (Vol. 14, Number 1).
[Http://journal.ubm.ac.id/](http://journal.ubm.ac.id/)
- Kadir, N. R., Yuliana, A., & Abdullah, M. W. (2017). *Pengakuan Aset Sumber Daya Manusia Dalam Pencapaian Laba Ditinjau Dari Karakteristik Feminin Religius*.
- Nur, G. N. S. (2020). *Perempuan Dalam Femininitas Dan Feminitas Baru. Jurnal Harkat: Media Komunikasi Gender*.
- Octavia, O., Setriana Gultom, M., Kayla Audrey, N., Aditra Ginting, T., Silalahi, K., & Marisha Putri Abcdef, D. (2026). *A Discourse Analysis On The Performance Of "Feminine Energy" Narratives On Tiktok. Print) Journal Of English*

- Language And Education*, 11, 2026.
<https://doi.org/10.31004/jele.v11i1.1795>
- Qadir Abdul & Ramli M. (2024). *Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya)*.
- Rainanda, S., & Saifudin, W. (2025). *Penerimaan Gen Z Tentang Feminine Dan Masculine Energy Pada Tiktok @Feminiyou Sebagai Strategi Hubungan Pdkt.*
- Setyawan, A. (2021). Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok. *Risenologi*, 6(1), 86–95.
<https://doi.org/10.47028/j.risenologi.2021.61.155>
- Silaban, S., Kartikawati, D., & Wardana, R. D. W. (2025). The Application Of Feminine Energy Among Generation Z Female Influencers On Social Media. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (Micjo)*, 2(4), 4954–4963.
<https://doi.org/10.62567/micjo.v2i4.1435>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. www.cvalfabeta.com
- Sukmana, D., & Chairil, A. M. (2024). *Persepsi Perempuan Generasi Z Terhadap Feminine Energy Pada Akun Tiktok Shasa Zhanita*.
[@_Shaz.](http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id)
<http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Tamonob, M. M., Wutun, M., & Pabha Swan, M. V. D. (2023). APLIKASI TIKTOK DAN PERILAKU CANDU REMAJA. In *Jurnal Mahasiswa Komunikasi* (Vol. 3, Number 2).