

Penerimaan gen z tentang *feminine* dan *masculine energy* pada tikTok @feminiyou sebagai strategi hubungan PDKT

Savira Rainanda^{1*}, Windri Saifudin²

Program Studi Ilmu Komunikasi, UPN “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Email korespondensi: savirarainanda340@gmail.com

Diterima: 10 Juni 2025; Direvisi: 27 Oktober 2025; Terbit: 30 Oktober 2025

Abstract

In the digital era, social media platforms such as TikTok significantly shape young people's perceptions of gender and interpersonal relationships. A prominent narrative is the concept of feminine and masculine energy, often presented as a guide for attraction and relational dynamics. Accounts like @feminiyou encourage women to highlight their feminine traits to balance men's masculine energy. While appealing, this narrative may reinforce traditional gender stereotypes, restrict self-expression, and create performative pressures in relationships. This study employs a qualitative descriptive approach using Stuart Hall's reception analysis, categorizing audiences as dominant-hegemonic, negotiated, or oppositional. Findings reveal that most Generation Z respondents adopt a negotiated position, accepting some aspects of the message while adapting it to personal values, cultural norms, experiences, and relational contexts. Feminine and masculine energy are often applied as image-management strategies in early-stage relationships (front stage), but their use becomes flexible or is rejected in more intimate stages (back stage) if it conflicts with authenticity. These results suggest that Generation Z actively and adaptively interprets gender expectations, maintaining relationships that are healthy, equitable, and meaningful.

Keywords: *Feminine energy; masculine energy; gender role; generation Z; TikTok.*

Abstrak

Di era digital, media sosial seperti TikTok memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk pemahaman generasi muda mengenai gender dan hubungan interpersonal. Salah satu narasi yang populer adalah konsep *feminine* dan *masculine energy*, yang sering dianggap sebagai panduan dalam membangun daya tarik dan dinamika hubungan romantis. Misalnya, akun TikTok @feminiyou mendorong perempuan untuk menonjolkan sisi feminin sebagai upaya menciptakan keseimbangan dengan *masculine energy* laki-laki. Meskipun narasi ini tampak menarik, penerapannya berpotensi memperkuat stereotip peran gender tradisional, membatasi ekspresi diri, dan memunculkan tekanan performatif dalam relasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerimaan Generasi Z terhadap narasi tersebut melalui pendekatan deskriptif kualitatif, menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall yang membagi audiens menjadi tiga kategori: *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan berada pada posisi *negotiated*, yakni menerima sebagian pesan tetapi menyesuaikannya dengan nilai pribadi, budaya, pengalaman, dan dinamika hubungan. Konsep *feminine* dan *masculine energy* sering dimaknai sebagai strategi pencitraan pada tahap awal hubungan (*front stage*) dan dijadikan panduan untuk membangun hubungan ideal. Namun, saat relasi berkembang ke tahap lebih intim (*back stage*), penerapannya menjadi lebih fleksibel atau bahkan ditolak apabila bertentangan dengan otentisitas diri. Dengan demikian, Generasi Z tidak bersikap pasif terhadap pengaruh media, tetapi secara aktif dan adaptif menafsirkan ulang ekspektasi gender demi menjaga relasi yang sehat, setara, dan bermakna.

Kata-kata kunci: *Feminine energy; masculine energy; peran gender; generasi Z; TikTok.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam cara individu membentuk identitas dan menjalin relasi sosial. Fenomena ini sangat terlihat pada generasi Z (Gen Z), yang lahir dan tumbuh dalam ekosistem media sosial, sehingga

menjadikannya sebagai ruang berekspresi sekaligus sumber informasi utama (Boyd, 2014; Turkle, 2011). Berdasarkan laporan APJII (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta jiwa atau 79,5% dari total populasi, dengan 87,02% di antaranya merupakan Gen Z. Temuan ini menunjukkan dominasi Gen Z dalam lanskap digital. Laporan We Are Social (2025) memperkuat data tersebut dengan menyatakan bahwa 97,8% pengguna internet Indonesia aktif di media sosial, menegaskan peran media digital dalam kehidupan sehari-hari mereka.

TikTok menjadi salah satu *platform* paling populer di kalangan Gen Z karena formatnya yang singkat, visual, dan dipersonalisasi melalui algoritma, sehingga menciptakan pengalaman pengguna yang intens dan individual (Gautama, 2022). Secara teoretis, media sosial memungkinkan individu untuk mengelola identitas digitalnya (*digital self-presentation*) sekaligus melakukan *social learning* secara informal, termasuk dalam konteks hubungan interpersonal (Goffman, 1959; Bandura, 1977).

Pada fase transisi menuju kedewasaan, individu Gen Z mulai membangun hubungan interpersonal yang lebih serius dan mencari pemahaman tentang dinamika hubungan romantis melalui berbagai sumber, salah satunya media sosial. Media sosial berperan tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang memengaruhi cara mereka memandang dan menjalani hubungan (Aurelia, 2023). Melalui *platform* ini, Gen Z dapat mengekspresikan diri, membentuk identitas, serta mengakses informasi terkait hubungan sosial dan konsep-konsep interpersonal (Suryathi et al., 2023).

Secara khusus, TikTok berfungsi sebagai ruang ekspresi kreatif sekaligus sarana pembelajaran informal, termasuk untuk memahami konsep hubungan romantis dan dinamika gender (Daniah dkk., 2025; Gautama, 2022). Berdasarkan perspektif pembelajaran sosial, konten yang dikonsumsi Gen Z tidak hanya membentuk pemahaman tentang norma sosial tetapi juga memengaruhi strategi mereka dalam membangun dan mengelola hubungan interpersonal di dunia nyata. Dengan demikian, media sosial, khususnya TikTok, berperan sebagai medium ganda: alat ekspresi identitas sekaligus sarana internalisasi norma sosial dan gender bagi generasi muda.

Salah satu tren yang menonjol di TikTok adalah konsep *feminine energy* dan *masculine energy*, yang banyak dibahas melalui tagar seperti #feminineenergy dan #masculineenergy. Hingga September 2024, tagar tersebut telah digunakan lebih dari 700 ribu kali, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap isu ini.

Konsep *feminine energy* dan *masculine energy* merujuk pada karakteristik yang dikonstruksi secara sosial dan sering dikaitkan dengan jenis kelamin tertentu. *Feminine energy* umumnya diasosiasikan dengan sifat-sifat seperti kelembutan, empati, dan sikap pasif, yang secara sosial biasanya dilekatkan pada perempuan (Rokhmansyah, 2016). Sebaliknya, *masculine energy* diidentikkan dengan dominasi, inisiatif, dan ketegasan, yang umumnya dikaitkan secara sosial dengan laki-laki (Hanum, 2018).

Kategorisasi ini mencerminkan adanya konstruksi sosial terhadap peran gender, yang dapat memengaruhi cara individu memahami dan menjalani relasi interpersonal, termasuk dalam konteks hubungan romantis. Dengan demikian, tren ini tidak hanya menjadi fenomena digital, tetapi juga berpotensi membentuk persepsi dan praktik sosial terkait dinamika gender dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu tren yang menonjol di TikTok adalah konsep *feminine energy* dan *masculine energy*, yang banyak dibahas melalui tagar seperti #feminineenergy dan #masculineenergy. Hingga September 2024, tagar tersebut telah digunakan lebih dari 700 ribu kali, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap isu ini.

Konsep *feminine energy* dan *masculine energy* merujuk pada karakteristik yang dikonstruksi secara sosial dan sering dikaitkan dengan jenis kelamin tertentu. *Feminine energy* umumnya diasosiasikan dengan sifat-sifat seperti kelembutan, empati, dan sikap pasif, yang secara sosial biasanya dilekatkan pada perempuan (Rokhmansyah, 2016). Sebaliknya, *masculine energy* diidentikkan dengan dominasi, inisiatif, dan ketegasan, yang umumnya dikaitkan secara sosial dengan laki-laki (Hanum, 2018).

Kategorisasi ini mencerminkan adanya konstruksi sosial terhadap peran gender, yang dapat memengaruhi cara individu memahami dan menjalani relasi interpersonal, termasuk dalam konteks hubungan romantis. Dengan demikian, tren ini tidak hanya menjadi fenomena digital, tetapi juga berpotensi membentuk persepsi dan praktik sosial terkait dinamika gender dalam kehidupan sehari-hari. Kebaruan dari kajian ini terletak pada pendekatannya yang menitikberatkan pada penerimaan audiens Gen Z terhadap narasi gender dalam konten TikTok, dengan mempertimbangkan faktor sosial, budaya, serta karakter dan pengalaman individu yang memengaruhi proses penafsiran. Penelitian ini tidak hanya menelaah persepsi perempuan, tetapi juga laki-laki, sehingga menawarkan perspektif yang lebih holistik terkait dinamika relasi gender dalam proses pendekatan (PDKT) di era digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana penerimaan Gen Z terhadap konsep *feminine* dan *masculine energy* sebagai strategi dalam hubungan PDKT. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap bagaimana

Gen Z sebagai audiens aktif menafsirkan representasi peran gender dalam konten TikTok yang berkaitan dengan relasi romantis, serta menjelaskan faktor-faktor sosial dan pengalaman personal yang membentuk respons mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada kajian komunikasi media, khususnya dalam bidang penerimaan audiens (*audience reception*) dan konstruksi *gender* di *platform* digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena secara mendalam dan memahami pengalaman subjek penelitian secara komprehensif (Fitrah & Luthfiyah, 2017). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme atau interpretivisme, yang memandang bahwa realitas dibentuk oleh interpretasi individu masing-masing. Morissan (2018) menjelaskan bahwa dalam paradigma ini, realitas hanya dapat diakses melalui konstruksi sosial, termasuk bahasa dan makna bersama, sehingga penting untuk menghargai perbedaan cara individu memaknai fenomena yang sama.

Data utama penelitian berupa hasil wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan dari Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara 1997–2012. Kriteria informan mencakup pengalaman mengikuti akun TikTok @feminiyou dan keterlibatan mereka dengan konten terkait feminine dan masculine energy. Analisis data dilakukan menggunakan langkah-langkah yang diadaptasi dari Miles dan Huberman (dalam Pujileksono, 2015), meliputi tiga tahap: (1) reduksi data, yaitu menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian; (2) penyajian data, berupa narasi deskriptif yang menampilkan pola penerimaan audiens; dan (3) penarikan kesimpulan secara induktif berdasarkan temuan yang muncul.

Untuk menganalisis penerimaan audiens terhadap konten, penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall. Hall (dalam Putri, 2023) menekankan bahwa audiens bukan penerima pasif pesan media, melainkan subjek aktif yang menafsirkan pesan sesuai latar belakang masing-masing. Sejalan dengan itu, Toni dan Fajariko (2017) menegaskan bahwa audiens mengolah pesan media berdasarkan nilai, pengalaman, dan pemahaman pribadi. Febriani & Wahid (2018) menambahkan bahwa karakter dan latar belakang individu memengaruhi variasi makna yang diterima. Ramadani dan Alamiyah (2023) menekankan bahwa analisis resepsi menyoroti media sebagai cerminan konteks sosial-budaya sekaligus proses pemaknaan oleh audiens berdasarkan pengalaman bermedia mereka.

Informan penelitian berjumlah delapan orang, terdiri dari laki-laki dan perempuan berusia 18–27 tahun, yang berada pada tahap transisi menuju kedewasaan dan mulai

membangun relasi interpersonal yang lebih serius (Agusdwitanti dkk., 2015). Semua informan merupakan pengguna aktif TikTok yang mengikuti daftar putar “*Feminine Relationship*” pada akun @feminiyou. Mereka dipilih dengan mempertimbangkan latar belakang sosial, budaya, dan geografis yang beragam untuk memperkaya perspektif penelitian. Pemilihan ini juga memperhatikan proses enkulturasi, yaitu bagaimana individu mempelajari dan menyesuaikan diri dengan norma, budaya, dan sistem sosial tertentu (Sialana, 2018). Sesuai pandangan Hall (dalam Putri, 2023), pemaknaan terhadap media dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan pendidikan audiens, sehingga analisis resepsi menjadi relevan untuk memahami interpretasi konten TikTok oleh Generasi Z.

Table 1 Data Informan

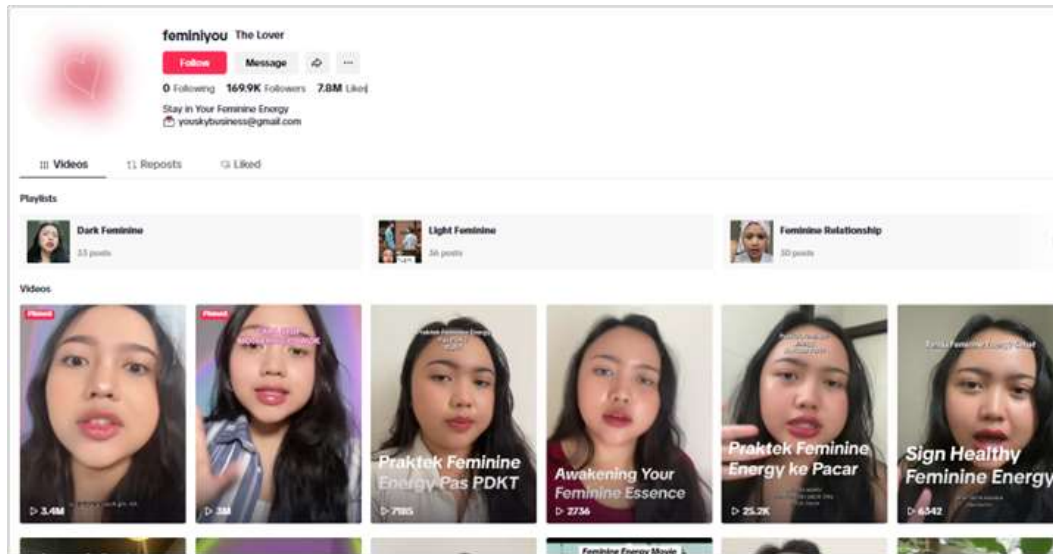
No.	Nama	Jenis Kelamin	Latar Belakang
1.	Angga	Laki-laki	23 tahun, Pekerja / Purwodadi, Jawa Tengah
2.	Sella	Perempuan	22 tahun, Mahasiswi / Jakarta
3.	Fatah	Laki-laki	24 tahun, Pekerja/ Surabaya
4.	Eca	Perempuan	22 tahun, Pengusaha / Surabaya
5.	Rein	Laki-laki	22 tahun, Mahasiswa / Banyuwangi
6.	Tiara	Perempuan	26 tahun, Pekerja / Bali
7.	Mamat	Laki-laki	22 tahun, Pekerja / Surabaya
8.	Estel	Perempuan	20 tahun, Mahasiswi / Pati, Jawa Tengah

Sumber : Rainanda, 2025

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Di era digital yang sangat visual, representasi peran gender di media sosial berpengaruh signifikan terhadap persepsi Gen Z mengenai hubungan romantis. Salah satu sumber yang menonjol adalah akun TikTok @feminiyou, yang menyebarkan narasi tentang *feminine* dan *masculine energy* melalui video singkat dengan narasi visual. Konsep ini diinterpretasikan oleh audiens sebagai panduan strategi interaksi selama tahap pendekatan (PDKT).

Akun @feminiyou mulai aktif memproduksi konten sejak 2023. Hingga 1 Mei 2025, akun ini tercatat memiliki sekitar 170 ribu pengikut dan 7,8 juta likes. Akun tersebut berfokus pada edukasi perempuan, khususnya dalam mengelola *feminine energy* untuk membangun hubungan ideal dengan laki-laki ber-*masculine energy*. Kontennya disajikan melalui video singkat dengan bahasa sehari-hari yang relevan dan mudah dipahami oleh perempuan muda.



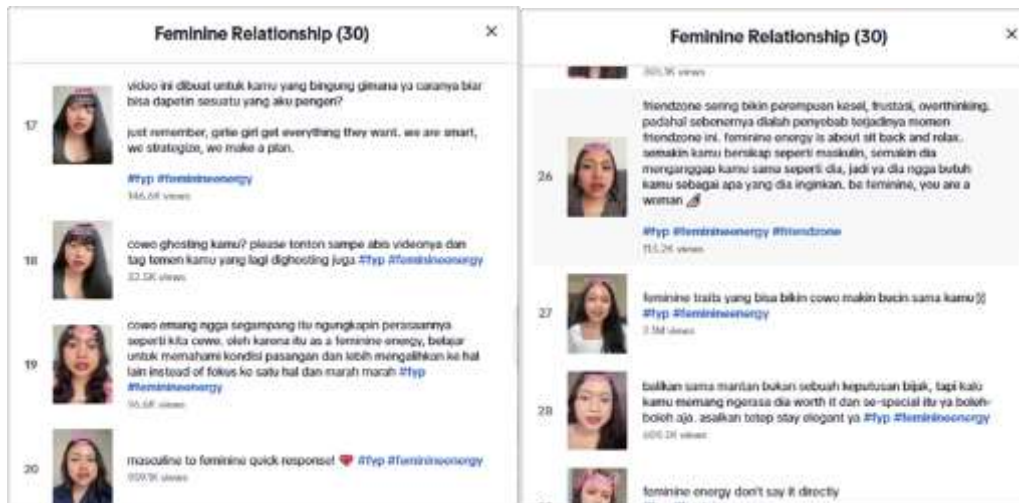
Source: (Akun TikTok @feminiyou, 2025)
Gambar 1 Potret Akun TikTok @feminiyou

Konten yang disajikan oleh akun @feminiyou sebagian besar membahas penerapan *feminine energy* dalam konteks hubungan romantis, mencakup tahapan dari pendekatan awal (PDKT) hingga tahap komitmen yang lebih serius, seperti pacaran. Secara spesifik, konten ini memberikan panduan bagi perempuan mengenai cara mengekspresikan *feminine energy* untuk menarik perhatian laki-laki dengan *masculine energy*.

Salah satu aspek menonjol dari akun ini adalah penjelasan rinci mengenai dinamika *feminine energy* dan *masculine energy* dalam relasi romantis, yang disajikan melalui daftar putar berjudul “*Feminine Relationship*”. Konten dalam daftar putar tersebut memuat berbagai strategi, mulai dari siapa yang sebaiknya menyatakan perasaan terlebih dahulu, alasan perempuan disarankan tidak terlalu aktif mengusulkan hal-hal kepada pasangan, hingga anjuran untuk bersikap lembut, manja, atau tampak “tergantung” agar memunculkan insting protektif laki-laki. Konsep populer seperti “*stop mothering*”, “jangan *split bill*”, dan “jadilah misterius” juga sering diangkat.

Secara kritis, konten-konten ini merefleksikan reproduksi norma gender tradisional yang menempatkan perempuan pada posisi pasif dan laki-laki sebagai pihak dominan dalam relasi romantis. Hal ini sejalan dengan konstruksi sosial gender yang dilekatkan pada sifat feminin dan maskulin (Rokhmansyah, 2016; Hanum, 2018). Selain itu, media sosial berperan sebagai arena negosiasi makna, di mana audiens Gen Z tidak selalu menerima pesan secara mentah. Sebagai penerima aktif, mereka menafsirkan konten berdasarkan pengalaman, nilai, dan konteks sosial masing-masing (Hall, 1980; Toni & Fajariko, 2017).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian informan mengadopsi beberapa panduan konten sebagai strategi interaksi pada tahap awal hubungan (*front stage*), tetapi menyesuakannya atau bahkan menolak jika bertentangan dengan otentisitas diri pada tahap yang lebih intim (*back stage*). Hal ini menegaskan bahwa Gen Z bersikap adaptif terhadap konten media, sekaligus mempertahankan keseimbangan antara norma sosial dan preferensi personal dalam membangun relasi yang sehat dan setara.



Source: (Akun TikTok @feminiyou, 2025)

Gambar 2 Konten-Konten pada Daftar Putar “*Feminine Relationship*”

Meskipun konten-konten dari akun TikTok @feminiyou memperoleh dukungan signifikan dan dianggap relevan oleh sebagian pengikutnya, terdapat pula kritik yang disampaikan terhadap pesan-pesan yang disajikan. Dukungan terhadap konten ini umumnya datang dari pengikut yang menilai panduan yang diberikan relevan dan praktis untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa pengikut bahkan melaporkan bahwa tips yang diberikan oleh akun tersebut membantu mereka membangun hubungan romantis yang lebih baik dan memuaskan.

Di sisi lain, kritik terhadap konten-konten ini juga cukup menonjol, terutama dari individu yang memiliki kepedulian terhadap isu kesetaraan gender. Kritik tersebut menyoroti potensi konten untuk mereproduksi stereotip gender tradisional, menempatkan perempuan pada posisi pasif, serta menegaskan norma-norma dominasi maskulin dalam hubungan romantis. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial dapat menjadi sumber panduan praktis, konten yang dihadirkan tetap berada dalam arena negosiasi makna, di mana audiens Gen Z menafsirkan dan menyesuaikan pesan berdasarkan nilai, pengalaman, dan pemahaman personal mereka (Hall, 1980; Toni & Fajariko, 2017).

Feminine dan Masculine Energy Diterima sebagai Panduan Relasi yang Ideal

Konsep *feminine* dan *masculine energy*, yang populer melalui media sosial seperti TikTok, khususnya akun @feminiyou, diadopsi oleh sebagian Gen Z sebagai panduan dalam membangun relasi romantis yang dianggap ideal, terutama pada tahap pendekatan (PDKT). Perkembangan internet telah membawa perubahan dalam kesadaran gender, di mana sebagian individu lebih terbuka terhadap keberagaman ekspresi gender, namun tidak sedikit yang tetap mempertahankan pemahaman gender tradisional. Konsep *feminine* dan *masculine energy* muncul sebagai cara untuk memahami perbedaan karakteristik yang secara sosial diasosiasikan dengan perempuan (kelembutan, emosionalitas) dan laki-laki (kekuatan, rasionalitas).

Akun @feminiyou secara eksplisit mendorong perempuan untuk mengaktifkan sisi femininnya sebagai upaya membangun dinamika hubungan yang saling melengkapi dengan *masculine energy* laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa konsep tersebut diterapkan sebagai strategi praktis dalam membangun ketertarikan interpersonal.

Salah satu informan perempuan, Sella, mengungkapkan bagaimana konten dari @feminiyou memengaruhi perspektifnya terhadap peran gender dan strategi dalam relasi:

“Setelah menonton konten @feminiyou, aku jadi lebih sadar kalau kekuatan perempuan ada di feminine energy, bukan dengan menjadi maskulin. Aku mulai menerima diri sebagai perempuan, termasuk sisi lembut dan kalemku, dan itu membuat aku lebih tenang. Sekarang aku lebih berhati-hati dalam bersikap, karena aku sadar bahwa sifat yang bertolak belakang justru bisa saling melengkapi dan menarik dalam hubungan.” (Wawancara Sella, Perempuan)

Penerimaan Sella terhadap sisi feminin, seperti kelembutan dan ketenangan, yang mulai ia tampilkan setelah mengonsumsi konten @feminiyou, dapat dianalisis melalui konsep performativitas gender dari Judith Butler (1991). Butler menegaskan bahwa gender bukanlah sifat bawaan, melainkan dibentuk melalui tindakan yang diulang sesuai norma sosial yang berlaku. Dalam konteks ini, keputusan Sella untuk menyesuaikan sikapnya mencerminkan kesadaran dalam menampilkan performa gender sebagai respons terhadap ekspektasi yang disebarkan media.

Konten dari @feminiyou tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga turut membentuk narasi tentang bagaimana perempuan dan laki-laki idealnya bersikap dalam relasi romantis. Temuan ini memperkuat sub-temuan bahwa konsep *feminine* dan *masculine energy* diterima sebagian Gen Z sebagai panduan dalam membangun relasi yang dianggap ideal.

Pilihan Sella dalam menerima dan menampilkan *feminine energy* ternyata tidak semata-mata dipengaruhi oleh konten media, tetapi juga diperkuat oleh pengalaman sosialnya dalam lingkungan keluarga. Sella menautkan konsep tersebut dengan pola peran yang selama ini ia amati dalam kehidupan sehari-hari, yang menurutnya wajar dan ideal dalam membangun hubungan. Ia memandang *feminine energy* sebagai sesuatu yang sejalan dengan pengalamannya dan bermanfaat sebagai bekal untuk menjalin hubungan romantis di masa depan.

“Sebenarnya konsep ini (feminine dan masculine energy) sangat relate dengan apa yang aku alami, terutama dalam hubungan. Aku juga tumbuh di lingkungan dengan figur laki-laki yang protektif dan sebagai penyedia, seperti ayah dan abangku, jadi aku merasa feminine energy ini penting untuk dipahami dan bisa menjadi bekal aku ke depan. Aku lebih suka menjadi perempuan yang bisa ‘dijaga’ dan ditempatkan sesuai fitrah aku sebagai perempuan.” (Wawancara Sella, Perempuan)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa konten TikTok @feminiyou tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga memperkuat keyakinan yang telah tertanam dalam pengalaman sosial informan. Temuan ini selaras dengan pandangan Moore (1998) yang menyatakan bahwa femininitas dan maskulinitas terbentuk melalui konstruksi sosial yang berkembang dalam konteks budaya dan interaksi sosial, khususnya di lingkungan keluarga. Dengan demikian, narasi tentang *feminine* dan *masculine energy* yang dihadirkan di media sosial diterima oleh Sella karena dianggap konsisten dengan nilai dan harapan yang ia pegang dalam membangun relasi romantis yang ideal.

Tidak hanya informan perempuan, informan laki-laki juga menunjukkan kecenderungan serupa dalam menjadikan konten @feminiyou sebagai referensi. Rein, misalnya, memandang konsep *feminine* dan *masculine energy* bukan sekadar panduan, tetapi juga sebagai keterampilan interpersonal yang wajar diterapkan, terutama pada fase pendekatan awal (PDKT) untuk menciptakan kesan positif.

“Konsep ini bagus untuk memahami persepsi orang lain dan membangun hubungan yang baik. Aku tidak merasa ini membatasi perempuan atau laki-laki. Menurutku, pemakaian strategi ini wajar, terutama saat PDKT. Aku melihatnya sebagai sebuah keterampilan individu, semacam strategi dalam membangun hubungan yang baik.” (Wawancara Rein, Laki-Laki).

Pandangan Rein menunjukkan bahwa narasi gender dari media sosial dapat bertransformasi menjadi semacam skrip yang dijalankan pada *front stage* relasi awal, sebagaimana dijelaskan dalam konsep dramaturgi oleh Goffman (dalam Mulyana, 2011). Penggunaan *feminine* dan *masculine energy* oleh Rein tidak dilihat sebagai kepalsuan,

melainkan sebagai upaya sadar untuk membaca situasi, menyesuaikan diri dengan ekspektasi pasangan, dan memainkan peran yang dianggap ideal sebagai bentuk *impression management* dalam tahap pendekatan romantis.

Penerimaan terhadap konsep *feminine* dan *masculine energy* sebagai panduan dalam masa pendekatan (PDKT) juga ditunjukkan oleh informan laki-laki, seperti Angga. Ia mengaku menjadi lebih memahami preferensi perempuan setelah mengakses konten TikTok @feminiyou. Dari pengamatannya, perempuan memiliki ekspektasi tertentu, misalnya ingin diperlakukan dengan lebih banyak perhatian dan usaha dari laki-laki selama proses PDKT. Bagi Angga, pemahaman ini berfungsi sebagai pedoman untuk menyesuaikan perilaku dalam relasi dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman.

“Setelah menonton akun @feminiyou, saya jadi lebih paham. Ternyata, cewek itu pas PDKT kadang mengharapkan perlakuan tertentu, seperti lebih diperhatikan atau ada usaha lebih dari cowok. Jadi, saya lebih mengerti bagaimana sebaiknya bersikap dan apa yang biasanya diharapkan.” (Wawancara Angga, Laki-Laki)

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh Mamat, yang menyatakan bahwa meskipun narasi yang dibawakan @feminiyou lebih berfokus pada perspektif perempuan, banyak nilai dalam konsep *feminine* dan *masculine energy* yang tetap relevan bagi laki-laki. Ia menganggap masa PDKT sebagai momen untuk menampilkan sisi terbaik diri, sehingga panduan gender tersebut dapat membantu membentuk impresi yang diinginkan dalam relasi awal.

*“Menurutku, sudut pandangnya akun TikTok @feminiyou memang lebih menekankan pada perempuan, jadi tidak selalu mencerminkan pandangan pria. Namun, sebagian besar pembahasan yang disampaikan aku setuju. PDKT kan momen untuk menunjukkan yang terbaik, jadi konsep *feminine* dan *masculine energy* tetap relevan dalam konteks itu.”* (Wawancara Mamat, Laki-Laki)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa narasi gender yang dibentuk oleh media sosial bertransformasi menjadi semacam skrip sosial yang dijalankan pada tahap awal relasi, sesuai dengan konsep front stage dalam dramaturgi Goffman (dalam Mulyana, 2011). Individu berupaya menampilkan peran tertentu yang dianggap sesuai dengan ekspektasi gender untuk membentuk kesan positif. Dalam konteks ini, *masculine energy* dijadikan acuan oleh laki-laki seperti Mamat untuk menunjukkan perhatian, ketegasan, dan peran sebagai “*provider*,” sementara *feminine energy* dipahami sebagai respons yang melengkapi dinamika relasi.

Lebih lanjut, Mamat juga mengaku lebih tertarik pada perempuan yang merespons sesuai dengan *feminine energy* dalam interaksi awal PDKT, sebagaimana dijelaskan oleh konten @feminiyou. Baginya, konsep ini tidak hanya menjadi panduan membangun relasi

yang ideal, tetapi juga menciptakan kenyamanan dan keseimbangan peran dalam hubungan. Respons perempuan yang lembut dan pengertian dianggap sebagai wujud energi feminin yang membuat laki-laki merasa dihargai serta mendukung keharmonisan relasi.

“Aku tertarik dengan cewek yang merespons dengan feminine energy, terutama saat berinteraksi denganku. Jadi, meskipun dia mungkin menunjukkan masculine energy ke orang lain, tapi pas sama aku dia bisa tetap lembut, pengertian, dan flirty. Cara merespons dengan feminine atau masculine energy sangat berpengaruh dalam hubungan. Cewek yang merespons dengan feminine energy membuat cowok merasa dihargai dan lebih nyaman, sedangkan kalau cewek terlalu keras atau blak-blakan, hubungan bisa jadi kurang harmonis.” (Wawancara Mamat, Laki-Laki)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa Mamat menempati posisi *dominant-hegemonic reading* terhadap narasi yang dibentuk oleh akun TikTok @feminiyou. Ia menerima sepenuhnya pesan dominan bahwa perempuan yang menunjukkan *feminine energy* dalam konteks relasi romantis dipandang lebih menarik, ideal, dan mampu menciptakan dinamika hubungan yang harmonis. Temuan ini menegaskan bahwa tidak hanya perempuan, tetapi laki-laki sebagai pihak lawan jenis dalam proses PDKT, juga dapat memahami, menyetujui, dan memanfaatkan konsep *feminine* dan *masculine energy* sebagai panduan positif dalam membangun relasi yang ideal. Dengan demikian, baik informan laki-laki maupun perempuan menunjukkan bagaimana konten media sosial dapat berperan aktif dalam membentuk pemahaman dan praktik mereka terkait peran gender dalam menjalin hubungan romantis.

Adaptasi Selektif dan Fleksibel terhadap Konsep Feminine dan Masculine Energy

Selain penerimaan yang lebih kaku, sebagian Gen Z menunjukkan sikap fleksibel dan kontekstual dalam menerapkan konsep *feminine* dan *masculine energy* dalam hubungan romantis mereka. Kelompok ini cenderung tidak melihat konsep tersebut sebagai panduan mutlak, melainkan melakukan proses negosiasi makna. Mereka menyesuaikan penerapan nilai-nilai gender ini dengan nilai personal, kenyamanan, situasi spesifik dalam hubungan, serta karakter pasangan masing-masing. Dengan kata lain, meskipun ada ketertarikan pada gagasan peran gender yang saling melengkapi, tidak semua individu merasa perlu menyesuaikan diri secara rigid. Penerapan konsep ini dianggap tidak dapat digeneralisasi untuk setiap individu atau kondisi.

Salah satu informan laki-laki, Angga, menunjukkan pemahaman yang fleksibel mengenai *feminine* dan *masculine energy*. Ia tidak membatasi konsep ini pada jenis kelamin tertentu, melainkan melihatnya sebagai serangkaian sifat yang dapat dimiliki oleh siapa saja, tergantung pada situasi dan konteks yang dihadapi.

“Menurut saya, feminine energy lebih terkait dengan sifat-sifat seperti kelembutan, pengertian, empati, dan perhatian, yang biasanya diasosiasikan dengan perempuan. Sedangkan masculine energy lebih terkait dengan keberanian, inisiatif, ketegasan, dan kepemimpinan, yang sering dikaitkan dengan laki-laki. Namun, menurut saya, kedua energi ini bisa dimiliki oleh siapa saja, tidak terbatas hanya pada perempuan atau laki-laki. Masing-masing orang bisa memiliki keduanya, tergantung pada situasi dan kondisi yang ada.” (Wawancara Angga, Laki-Laki)

Pemahaman Angga mencerminkan bagaimana Gen Z menafsirkan relasi tidak semata-mata berdasarkan struktur peran gender tradisional, tetapi melalui diskusi dua arah, prinsip kesetaraan, dan kemampuan beradaptasi secara fleksibel. Pandangan ini menekankan bahwa konten media sosial, termasuk dari akun @feminiyou, perlu disaring dan disesuaikan dengan konteks spesifik hubungan, serta tidak dapat diterapkan secara universal.

Lebih lanjut, Generasi Z, baik laki-laki maupun perempuan, menunjukkan kecenderungan aktif bernegosiasi dalam memahami dan menerapkan konsep *feminine* dan *masculine energy* dalam hubungan pada masa pendekatan (PDKT). Mereka menilai bahwa konsep tersebut tidak dapat dijadikan penanda tunggal untuk menilai peran gender seseorang dalam suatu relasi. Sebaliknya, seperti diungkapkan oleh Fatah, Gen Z menekankan pentingnya konteks situasional dan kesepakatan bersama dalam memaknai berbagai tindakan. Pandangan serupa juga diungkapkan oleh informan perempuan, Estel, yang memaknai tindakan seperti memberikan *effort* lebih dari perempuan sebagai respons terhadap kebutuhan situasional, bukan sekadar indikator *feminine* atau *masculine energy* pada setiap individu. Dengan demikian, bagi Gen Z, ekspresi gender dalam hubungan dipandang bersifat cair dan dapat disesuaikan dengan kenyamanan serta kebutuhan pribadi masing-masing individu.

Fleksibilitas dalam menyikapi konsep *feminine* dan *masculine energy* tidak hanya dipengaruhi oleh konteks situasional atau kesepakatan bersama, tetapi juga oleh karakter personal dan nilai-nilai yang diyakini individu. Hal ini tercermin dalam pengalaman salah satu informan perempuan, Eca, yang menunjukkan bahwa keterbukaan terhadap konsep ini sangat bergantung pada kenyamanan pribadi serta dinamika relasional yang tengah dijalani.

“Soal pendapat @feminiyou, aku sadar kalau cewek yang terlalu banyak bicara atau memberi komentar bisa terlihat dominan dan membuat cowok merasa kurang dihargai. Tapi aku juga nggak bisa diam saja kalau cowok tidak jelas arahnya. Aku emang nggak sabaran sih orangnya. Untungnya si cowok nggak masalah sama sikapku yang kayak gini.” (Wawancara Eca, 14 April 2025)

Dalam perspektif dramaturgi Goffman (dalam Mulyana, 2011), Eca mempraktikkan bentuk *impression management*, di mana ia menampilkan sikap feminin pada beberapa aspek hubungan, tetapi tetap mempertahankan karakter personalnya pada area lain, seperti

pengambilan keputusan atau mengungkapkan ketidaksetujuan. Hal ini menegaskan bahwa performa gender dinegosiasikan secara aktif sesuai dengan dinamika personal dan relasional yang dihadapi individu. Fenomena serupa juga terlihat pada narasi Tiara, yang meskipun mengakui manfaat penerapan *feminine energy* dalam relasi, merasa sulit menerapkannya karena sifat dasar yang tidak enakan dan prinsip untuk tidak merepotkan orang lain.

“Aku sering banget lihat temen-temen cewekku nerapin feminine energy, mereka dapat perlakuan lebih dari cowok mereka, kayak di-'princess'-kan gitu. Aku kadang ngerasa kok aku beda ya? Temen-temenku dapat perhatian lebih dari pasangan mereka, sedangkan aku nggak merasa kayak gitu. Ada rasa pengen juga kayak mereka, tapi rasanya nggak bisa aja. Aku tuh orangnya nggak enakan banget, jadi kalau PDKT, prinsip aku sih nggak mau merepotkan si cowok. Karena kan masih PDKT, masih awal banget kan.” (Wawancara Tiara, Perempuan)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa Gen Z memaknai konsep *feminine* dan *masculine energy* secara selektif. Individu menyesuaikan penerapannya dengan karakter, nilai personal, serta kenyamanan mereka dalam dinamika relasi, sehingga ekspresi gender tidak lagi bersifat normatif atau kaku, melainkan fleksibel dan kontekstual.

Dalam perspektif model bawang (Altman & Taylor, 1973), hal ini mencerminkan kedalaman lapisan-lapisan diri Tiara yang belum sepenuhnya terbuka atau dikomunikasikan kepada pasangan potensialnya. Pada lapisan luar, Tiara menampilkan sikap hati-hati dan menjaga jarak, sedangkan pada lapisan yang lebih dalam, terdapat kebutuhan akan perhatian dan perlakuan khusus yang tidak ia tunjukkan secara terbuka. Model bawang menekankan pentingnya memahami kompleksitas diri seseorang melalui berbagai lapisan identitas yang muncul dalam interaksi, di mana prinsip untuk tidak merepotkan orang lain dapat berfungsi sebagai lapisan pertahanan guna melindungi diri dari rasa tidak aman atau takut ditolak.

Selain mempertimbangkan kenyamanan diri dan karakter pribadi, penerimaan Gen Z yang fleksibel terhadap konsep *feminine* dan *masculine energy* juga dipengaruhi oleh konteks hubungan dan karakter pasangan. Hal ini tercermin dalam pengalaman informan perempuan, Eca, yang menekankan pentingnya kecocokan antara konteks hubungan dan karakter pasangan dalam penerapan konsep gender ini.

“Sebenarnya aku setuju sama penggambarannya (yang ada di akun TikTok @feminiyou) tapi susah banget diterapin di aku. Mungkin karena aku belum ketemu cowok yang bisa ngeluarin feminine energy aku. Coba kalau ada cowok yang lebih dominan, kayaknya bisa keluar gambaran feminine energy aku.” (Wawancara Eca, 14 April 2025)

Dalam kasus Eca, meskipun ia sepakat dengan penggambaran peran *feminine* dan *masculine energy* sebagaimana disampaikan oleh konten TikTok @feminiyou, ia mengakui

bahwa penerapannya tidak semudah yang dibayangkan, terutama karena belum bertemu pasangan yang dapat mendorong ekspresi sisi feminin dalam dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa konsep *feminine* dan *masculine energy*, baik sebagai panduan maupun strategi dalam membangun hubungan ideal, hanya dapat diimplementasikan secara optimal apabila terdapat interaksi yang selaras antara individu dan pasangannya, bukan semata-mata meniru naskah gender yang dibentuk oleh media sosial.

Adaptasi selektif terhadap konsep *feminine* dan *masculine energy* juga terlihat jelas dalam cara Gen Z membedakan perilaku berdasarkan fase hubungan yang sedang dijalani. Mamat, misalnya, membedakan ekspektasi peran pada masa pendekatan (PDKT) dengan tahap hubungan yang lebih berkomitmen seperti pacaran, di mana fleksibilitas peran menjadi lebih diterima.

"Aku sendiri nggak pernah punya pengalaman membiarkan cewek effort sampe jemput aku sih pas PDKT. Tapi kalau udah tahap hubungan, kayak pacaran, ya pernah sih, dan menurutku itu fair-fair aja." (Wawancara Mamat, Laki-Laki)

Pernyataan Mamat ini mengilustrasikan adanya perbedaan dalam *impression management* yang ditampilkan individu tergantung pada kedekatan dan rasa aman yang dirasakan dalam hubungan. Dalam perspektif dramaturgi Goffman (dalam Mulyana, 2011), hal ini menggambarkan pergeseran dari *front stage*, di mana individu menampilkan peran ideal untuk membentuk kesan di awal hubungan, menuju *back stage*, di mana ekspresi diri menjadi lebih autentik seiring meningkatnya kepercayaan.

Lebih jauh, Mamat menekankan bahwa prinsip seperti harga diri (*pride*) dan kebanggaan finansial menjadi bagian penting dari ekspresi *masculine energy* yang ingin ia tampilkan pada tahap PDKT. Pada fase ini, ia merasa perlu menunjukkan kesiapan finansial dan berperan sebagai *provider* untuk menciptakan citra diri yang layak dan menarik di mata perempuan.

"Prinsip yang aku pegang dan percayai adalah cowok itu punya harga diri, di antaranya yang paling utama adalah punya pekerjaan, karena itu pride kita. Jadi pas saat PDKT, prinsipku adalah punya pekerjaan dan punya uang, supaya bisa bayar kalau mau hang out atau beliin cewek sesuatu. Kalau sudah pacaran atau hubungan lebih lanjut, baru itu bisa lebih fleksibel dan dikompromikan." (Wawancara Mamat, Laki-Laki).

"Aku sih nggak pernah nerapin split bill pas PDKT, terutama di first date. Menurutku, pas PDKT cowok harus bayar, karena itu bagian dari menunjukkan effort dan rasa dibutuhkannya. Kalau pas pacaran sih beda cerita, udah lebih santai dan terbuka." (Wawancara Mamat, Laki-Laki).

Perubahan ini juga sejalan dengan Model Bawang (Altman & Taylor, 1973), yang menjelaskan bagaimana pengungkapan diri (*self-disclosure*) berlangsung secara bertahap, sehingga batasan ekspresi peran gender menjadi lebih cair seiring meningkatnya intimasi. Mamat menekankan bahwa pada tahap PDKT, menunjukkan kesiapan finansial merupakan bagian dari *masculine energy* dan cara menegaskan *pride*, namun hal ini menjadi lebih fleksibel dan dapat dikompromikan ketika hubungan berkembang. Fleksibilitas ini menegaskan bahwa performa gender bukanlah identitas tetap, melainkan hasil dari proses adaptasi dan negosiasi yang berlangsung seiring dinamika relasi interpersonal

Penolakan *Feminine* dan *Masculine Energy* sebagai Upaya Menjaga Otensitas Diri

Sebagian Gen Z menolak konsep *feminine* dan *masculine energy* sebagai panduan yang harus ditampilkan secara sadar untuk menarik lawan jenis. Mereka menilai bahwa menyesuaikan diri dengan standar tersebut dapat mengaburkan keaslian diri dan berpotensi manipulatif, sehingga ekspresi gender yang autentik lebih dihargai.

Informan perempuan, Estel, menekankan bahwa sisi feminin akan muncul secara alami ketika ada rasa nyaman dalam hubungan, bukan melalui strategi pura-pura:

"Aku nggak setuju sih. Kita nggak perlu pura-pura lemah atau bergantung, karena kalau kita nyaman sama pasangan, sisi feminin kita akan keluar dengan sendirinya tanpa harus dibuat-buat." (Estel, Perempuan)

Pengalaman Tiara juga menunjukkan bahwa penerapan *feminine energy* secara performatif tidak selalu berhasil. Ketika mencoba bersikap lemah dan bergantung selama PDKT, reaksi pasangannya negatif, sehingga ia memilih menampilkan diri yang mandiri:

"Aku nggak nerapin lagi buat 'ngenyangin ego' cowok, karena nggak semuanya begitu. Cowok pas PDKT malah risih kalau cewek pura-pura lemah dan bergantung. Dari pengalaman aku, cowok malah lebih suka cewek yang mandiri." (Tiara, Perempuan)

Fenomena ini mendukung pandangan Butler (1991) bahwa gender merupakan performa yang dinegosiasikan melalui pengalaman dan interaksi sosial. Dalam perspektif dramaturgi Goffman, penolakan Gen Z terhadap skrip gender tradisional mencerminkan resistensi terhadap *impression management* yang tidak autentik di *front stage*. Selain itu, Model Bawang Altman & Taylor (1973) menegaskan bahwa pengungkapan diri berlangsung bertahap, sehingga ekspresi gender fleksibel dan disesuaikan dengan kenyamanan serta dinamika relasi interpersonal.

Fenomena penolakan terhadap konsep *feminine* dan *masculine energy* juga muncul pada informan laki-laki, yang menekankan pentingnya keaslian diri dalam membangun relasi

romantis. Fatah, misalnya, menilai bahwa karakter seseorang tidak perlu disesuaikan dengan kategori maskulin atau feminin untuk dianggap menarik. Bagi Fatah, ketertarikan yang tulus muncul dari autentisitas, bukan kepatuhan terhadap skrip sosial yang dibentuk media atau norma budaya.

“Menurut aku, tiap orang punya karakter masing-masing, mau itu yang feminine energy atau masculine energy, sama aja. Dua-duanya menarik kok. Aku lebih suka sama orang yang berkarakter, nggak masalah deh kalau cara responsnya feminine atau masculine energy. Yang penting, jadi diri sendiri aja, jangan pakai topeng.” (Wawancara Fatah, Laki-Laki, 13 April 2025)

Pernyataan ini menegaskan bahwa Fatah menolak konstruksi sosial kaku terkait ekspresi gender, sejalan dengan pandangan Butler (1991) bahwa identitas gender bersifat performatif dan dibentuk melalui tindakan serta pilihan sehari-hari. Alih-alih mengikuti skrip gender tradisional, ia menekankan autentisitas dan kejujuran sebagai dasar hubungan, konsisten dengan karakteristik Gen Z yang menekankan kesetaraan, keterbukaan, dan fleksibilitas (Twenge, 2017).

Pandangan serupa dikemukakan Angga, yang menyoroti bahwa penggunaan feminine dan masculine energy sebagai pedoman awal dalam relasi tidak dapat diterapkan secara jangka panjang. Ia menilai bahwa performa yang sengaja ditampilkan saat PDKT untuk menarik perhatian pasangan akhirnya harus digantikan oleh kejujuran dan keaslian diri demi keberlangsungan hubungan:

“Menurut saya, konsep feminine dan masculine energy bisa membuat seseorang tidak benar-benar menjadi dirinya sendiri, apalagi setelah hubungan berjalan. Saat PDKT, konsep ini memang bisa membantu karena orang cenderung menunjukkan versi terbaiknya. Tapi itu nggak bisa terus dijaga. Lama-lama, terutama saat sudah pacaran, harus bisa lebih jujur dan menunjukkan siapa diri kita sebenarnya, supaya nggak kaget saat sudah menikah. Jadi konsep ini bisa jadi jalan pembuka, tapi kalau terus dipertahankan, justru bisa bikin orang kehilangan jati dirinya.” (Wawancara Angga, Laki-Laki)

Pernyataan Angga mempertegas pentingnya pergeseran dari *front stage* ke *back stage* dalam teori dramaturgi Goffman (dalam Rahmawati, 2022), di mana performa ideal yang ditampilkan di awal relasi perlahan digantikan oleh ekspresi yang lebih autentik seiring meningkatnya kedekatan dan keintiman. Hal ini juga sejalan dengan Model Bawang Altman & Taylor (1973), yang menekankan bahwa relasi sehat ditandai oleh pengungkapan diri yang bertahap dan semakin mendalam.

Kesimpulan

Penerimaan Generasi Z terhadap konsep *feminine* dan *masculine energy* dari akun TikTok @feminiyou menunjukkan keberagaman cara mereka memaknai peran gender dalam relasi romantis. Sebagian menginternalisasi konsep ini sepenuhnya sebagai panduan ideal untuk membangun hubungan harmonis, sementara mayoritas menempati posisi negosiasi, menyesuaikan prinsip-prinsip tersebut dengan konteks pribadi, situasional, karakter, dan tahap hubungan yang dijalani. Di sisi lain, terdapat kelompok yang menolak konsep ini, terutama aspek-aspek yang dianggap manipulatif atau mengurangi keotentikan diri, dengan menekankan pentingnya kejujuran, transparansi emosional, dan kesetaraan. Temuan ini menegaskan bahwa bagi Gen Z, ekspresi gender bukanlah hal yang statis, melainkan sesuatu yang fleksibel, kontekstual, dan dinegosiasikan secara aktif dalam relasi. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas cakupan demografis, mengamati dampak penerapan konsep ini dari tahap pendekatan hingga hubungan berkomitmen, serta mengeksplorasi keterkaitannya dengan dimensi identitas lain, termasuk budaya, agama, dan orientasi seksual, agar pemahaman tentang praktik gender dalam konteks sosial yang lebih luas dapat diperoleh secara lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Adisa, L. (2023). Masculine and Feminine Communication Through TikTok: A Rhetorical Analysis.
- Agusdwitanti, H., & Tambunan, S. M. (2015). Kelekatan dan intimasi pada dewasa awal. *Jurnal Psikologi*, 8(1).
- APJII. (2024). Survei penetrasi internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diakses pada 1 Desember 2024, dari <https://survei.apjii.or.id/>.
- Aurelia, Y. (2023). Interaksi Sosial Melalui Media Sosial TikTok di Kalangan Siswa SMA PGRI 4 Jakarta. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2).
- Bandura, A. (1977). Efikasi Diri: Menuju Teori Pemersatu Perubahan Perilaku. *Psychological Review*, 84 (2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Butler, J. (1991). Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. *Feminist Review*, 38(1), 113–114. <https://doi.org/10.1057/fr.1991.33>
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Daniah, H. A., Bakhrudin, E., & Satria, A. (2025). Analisis Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS terhadap Penggunaan TikTok Sebagai Media Dakwah. *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora*, 6(2), 126-144.
- Febriani, S., & Wahid, U. (2018). Pemaknaan Khalyak Terhadap Gaya Komunikasi Jokowi Pada Vlog# JokowiMenjawab Episode 2 Di Situs Youtube (Analisis Resepsi Stuart Hall). *Pantarei*, 2(3).
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Ruslan & M. M. Effendi, Eds.; Cetakan Pe). CV Jejak.

- Gautama, V. A. (2022). User Generated Content Pada TikTok dan Penggunaannya di Kalangan Muda. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2598-9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.3749>.
- Hanum, F. (2018). *Kajian dan dinamika gender*. Intrans Publishing.
- Molinar, I. (2023). The Patriarchy Becomes That Girl: TikTok and the Mediatization of Hegemonic Femininity.
- Morissan. (2018). *Riset Kualitatif* (Suraya, F. Hamid, & E. Bassar, Eds.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Metodi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Intrans Publishing.
- Putri, F. A. (2023). Analisis Resepsi Konten Pada Akun TikTok @vmuliana Terhadap Kebutuhan Informasi Akan Career Preparation. *Medium*, 11(2), 221-234.
- Rahmawati, I. (2022). *Pengantar Psikologi Sosial*. Bumi Aksara.
- Ramadani, A. F., & Alamiyah, S. S. (2023). Analisis Resepsi Mahasiswa Surabaya Terhadap Hubungan Friends With Benefits Dalam Drama Korea. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 9(1), 1031-1046.
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar gender dan feminisme: Pemahaman awal kritik sastra feminisme*. Garudhawaca.
- Rosida, S. M. (2024). Analisis Wacana Kritis Konten Feminine Energy pada Akun TikTok@Feminiyou.(Critical Discourse Analysis of Feminine Energy on the TikTok Account@Feminiyou) (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Sialana, F. (2018). *Kajian tentang Kedudukan dan Peran Perempuan dalam Pemenuhan Hak-Hak Kewarganegaraan di Lingkungan Masyarakat Asli (Bupolo)*. (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Toni, A., & Fajariko, D. (2017). Studi Resepsi Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana Pada Film Journalism "Kill The Messenger". *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 151-163.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy--and completely unprepared for adulthood--and what that means for the rest of us*. Simon and Schuster.
- Wayan Suryathi, S. E., Wicaksono, A. K., & Gatot Wijayanto, S. E. (2023). *Pemasaran Generasi Z: Memahami dan Menjangkau Konsumen Muda*. Takaza Innovatix Labs.
- We Are Social. (2025). *Digital 2025 Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>