

Persepsi Perempuan Lajang Kota Surabaya terkait Konten Feminine Energy Akun Tiktok @nmalicca

Alifia Priyayitha Hapsari

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
alifia.22058@mhs.unesa.ac.id

Dwi Prasetyo

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
dwiprasetyo@unesa.ac.id

ABSTRAK

Media sosial TikTok sebagai salah satu wadah baru dalam pembentukan makna dan identitas, khususnya bagi perempuan muda. Salah satu konten yang beredar adalah kampanye *feminine energy* yang dipopulerkan oleh *influencer* TikTok Nashatra Malicca. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perempuan lajang di Kota Surabaya memersepsikan kampanye *feminine energy* yang dipopulerkan olehnya. Jenis penelitian ini kualitatif dengan metode fenomenologi, serta pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam terhadap perempuan lajang Kota Surabaya yang aktif sebagai pengguna TikTok dan terpapar konten Nashatra Malicca mengenai *feminine energy*. Informan dipilih menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pemaknaan terhadap kampanye *feminine energy* di kalangan informan. Berdasarkan teori resepsi Stuart Hall, pemaknaan informan terbagi ke dalam tiga posisi, yaitu *dominant reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan single di Kota Surabaya tidak bersifat pasif dalam menerima pesan media, melainkan aktif menafsirkan dan menegosiasikan makna kampanye *feminine energy* sesuai dengan pengalaman, nilai, dan konteks sosial budaya mereka.

Kata kunci: TikTok, energi feminin, persepsi audiens, Teori Penerimaan Pesan Stuart Hall, perempuan lajang.

ABSTRACT

TikTok, as a social media platform, has become a new space for the construction of meaning and identity, particularly among young women. One of the circulating contents is the feminine energy campaign popularized by TikTok influencer Nashatra Malicca. This study aims to analyze how single women in Surabaya perceive the feminine energy campaign promoted by her. This research employs a qualitative approach using a phenomenological method, with data collected through in-depth interviews with single women in Surabaya who are active TikTok users and have been exposed to Nashatra Malicca's feminine energy content. Informants were selected using purposive sampling. The findings indicate that there are differences in how the campaign is interpreted among the informants. Based on Stuart Hall's reception theory, these interpretations are categorized into three positions: dominant reading, negotiated reading, and oppositional reading. The conclusion of this study shows that single women in Surabaya are not passive recipients of media messages; rather, they actively interpret and negotiate the meanings of the feminine energy campaign according to their experiences, values, and socio-cultural contexts.

Keywords: Tiktok, feminine energy, audience reception, Stuart Hall's reception theory, single women.

PENDAHULUAN

Di era digital ini, sumber informasi tidak bergantung pada televisi dan koran lagi, melainkan setiap orang yang ingin menyebarkan informasi dan menyebarkan opini, dapat langsung mengunggah konten dan pesan langsung tersampaikan pada audiens melalui media sosial. Semakin heterogen masyarakat menandakan bahwa penduduknya telah berpendidikan baik dan mampu mengelola informasi serta teknologi. Maka dari itu, media sosial telah menjadi bagian dari masyarakat urban yang tak dapat terpisahkan.

Media sosial telah menjadi kebutuhan utama bagi penyebaran ideologi dan tren budaya, termasuk konsep *feminine energy*. Istilah ini merujuk pada salah satu fungsi otak yang diasosiasikan pada nilai-nilai dan karakteristik kepedulian, pengasuhan, cinta, kasih sayang, kecerdasan emosional (Swart & Guirguis, 2023). Swart dan Guirguis (2023) membagi *feminine energy* menjadi dua, yakni feminitas yang sehat dan tidak sehat. Energi feminine yang sehat meliputi keterbukaan, berfokus pada nilai kasih, kreatif, intuitif, fleksibel, kepengasuhan, penerimaan, sensual, emosional, sabar, dan senang dikagumi. Sedangkan feminitas yang tidak sehat (*shadow feminine*) meliputi keterikatan, mengeluh, kecemburuan, manipulatif, *deceitful*, eksploitatif, kepatuhan, dan peran yang disalahkan.

Di aplikasi TikTok, tren ini dipopulerkan oleh berbagai *influencer* yang menyajikan narasi bahwa perempuan sebaiknya lebih mengutamakan sifat feminin dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam relasi sosial dan romantis (Mukti et al., 2023). Melalui algoritma yang mempromosikan konten berbasis minat pengguna, kampanye terkait *feminine energy* telah menjangkau ribuan hingga jutaan perempuan, khususnya di kalangan generasi muda dan perempuan lajang di perkotaan seperti Kota Surabaya. Dilansir dari laman (Wearesocial.com, 2025), TikTok menduduki posisi pertama dalam kategori rata-rata *screen time* setiap pengguna pada aplikasi dengan perolehan 44 jam 54 menit. Hal ini berarti TikTok sebagai salah satu *platform* media sosial dengan pertumbuhan tercepat telah menjadi sarana yang berpengaruh dalam membentuk opini dan identitas masyarakat Indonesia. Selain

itu, pengguna perempuan usia 18-24 tahun mencapai persentase 14.5%, usia 25-34 tahun 14.3%, yang mana menduduki angka tertinggi dibandingkan persentase usia lain. Pada usia tersebut, remaja tergolong sudah memasuki waktu aktif eksplor untuk mencari jati diri. Oleh karena itu, pentingnya peranan keluarga, lingkungan hidup, teman bergaul, serta kebiasaan mengonsumsi media sosial agar dapat membentuk konsep diri yang baik.

Dalam kelompok pengguna tersebut, perempuan menjadi salah satu segmen yang aktif berinteraksi dengan beragam konten, khususnya konten yang berkaitan dengan relasi, pengembangan diri, dan pembentukan identitas. Kondisi ini membuka ruang diskusi mengenai bagaimana perempuan memaknai pesan-pesan yang beredar di media sosial, terutama bagi mereka yang berada pada fase kehidupan sebelum pernikahan atau kerap disebut perempuan lajang. Laswell & Laswell (1987) dalam (Christie et al., 2013) menjelaskan bahwa perempuan lajang dapat dipandang sebagai individu yang berada dalam fase transisi sebelum menikah untuk jangka waktu singkat, atau sebagai pilihan hidup jangka panjang jika itu memang menjadi keputusan mereka.

Perempuan lajang kerap kali dihadapkan pada tekanan sosial yang berkaitan dengan ekspektasi heteronormatif seperti standar kecantikan, kontrol laki-laki, serta tuntutan untuk menikah pada usia tertentu (Pickens & Braun, 2024). Maka dari itu, remaja yang berstatus perempuan lajang sangat berhubungan dengan kampanye *feminine energy* untuk pedoman atau referensi dalam mencari jati diri. Sayangnya, kampanye *feminine energy* sering dikaitkan dengan ajakan untuk kembali kepada peran tradisional perempuan yang lebih pasif dalam hubungan. Maka dari itu, timbul berbagai reaksi dan interpretasi yang berbeda di kalangan perempuan modern (Sakinah, 2025).

Kondisi ini menjadi menarik ketika dikaitkan dengan kehidupan perempuan di wilayah perkotaan seperti Surabaya, yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang beragam. Kota Surabaya sebagai kota metropolitan kedua setelah Jakarta memiliki populasi sekitar 3,02 juta jiwa (BPS, 2025) dengan rasio 98,13.

Media sosial sering kali mereproduksi

norma-norma gender yang sudah ada, tidak terkecuali TikTok (Farrel Ardan et al., 2024). Representasi perempuan dalam kampanye *feminine energy* sering kali masih didominasi oleh narasi heteronormatif yang berorientasi pada kepatuhan terhadap standar kecantikan dan perilaku tertentu. Hal ini berpotensi menciptakan tekanan sosial bagi perempuan lajang yang tidak sesuai dengan standar yang dipromosikan oleh *influencer* TikTok. Salah satu penerapan dari pembahasan ini adalah akun TikTok milik Nashatra Malicca (@nmalicca).

Jika kampanye ini diterima secara positif, maka dapat memberikan dampak baik dalam hal meningkatkan kesadaran perempuan akan nilai-nilai yang dianggap esensial dalam identitas feminin mereka. Namun, jika diterima secara negatif atau tanpa kritisisme, ada potensi munculnya efek samping seperti tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar yang tidak realistis, rasa tidak cukup baik, hingga pengaruh terhadap kesejahteraan mental (Hamzah Tegar Ashari et al., 2024). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana perempuan lajang memaknai tren ini dalam kehidupan mereka.

Kode	Usia	Profesi/Latar Belakang Pendidikan
I1	22	Guru dan humas di instansi pendidikan/S1
I2	22	<i>Freshgraduate</i> /S1
I3	23	Mahasiswa dan <i>Nail Artist</i>
I4	24	<i>Makeup Artist</i> /S1
I5	25	<i>KoL Specialist</i> JETE/S2
I6	22	Mahasiswa Psikologi

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini merupakan kualitatif dengan metode fenomenologis. Jenis penelitian ini dipilih untuk memahami secara

mendalam bagaimana perempuan lajang di Kota Surabaya memersepsikan kampanye *feminine energy* yang dipopulerkan oleh Malicca melalui aplikasi TikTok. Fokus penelitian ini adalah menggali pengalaman subjektif dan interpretasi individu terhadap fenomena tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian fenomenologis ini bertujuan untuk meneliti makna pengalaman manusia terhadap suatu fenomena tertentu dengan memahami perspektif dan pengalaman subjektif mereka (Creswell & Poth, 2018). Dalam konteks ini, penelitian bertujuan untuk menggali bagaimana perempuan lajang menafsirkan dan merespons konsep *feminine energy* yang dikampanyekan Nashatra Malicca berdasarkan pengalaman dan latar belakang sosial mereka.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan analisis tematik untuk menggali narasi serta interpretasi partisipan terkait kampanye *feminine energy* Nashatra malicca di TikTok.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana individu memaknai informasi yang mereka terima dari media sosial. Sejalan dengan Teori Penerimaan Pesan (*Reception Theory*) oleh Stuart Hall, penelitian ini akan mengidentifikasi apakah perempuan lajang menerima pesan tersebut secara dominan, menegosiasikannya, atau menolaknya berdasarkan pengalaman dan perspektif mereka sendiri (Hall et al., 1980).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Informan

Pada hasil dan pembahasan penelitian ini, akan diberikan kode bagi informan sebagai perwakilan sebagai perlindungan identitas dan menghindari kemungkinan informan dikenali. Kode dan latar belakang informan disampaikan dalam tabel berikut:

“...ini enggak terbatas pada gender sih. Nah, aku yakin setiap orang pasti mengeluarkan sisi *feminine energy* dari dalam dirinya, entah itu perempuan maupun laki-laki.” (I1)

Informan lain juga menyampaikan hal yang sama dengan I1. Dengan demikian, pemahaman informan terhadap kampanye ini berada pada penerimaan penuh karena jawaban dari informan seragam.

C. Respons Emosional terhadap Konten Nashatra Malicca

Informan menunjukkan respons emosional yang beragam terhadap konten *feminine energy* yang disampaikan oleh Nashatra Malicca. Sebagian informan merasakan emosi positif seperti merasa tervalidasi, termotivasi, lebih tenang, dan dihargai sebagai perempuan, terutama setelah mengalami pengalaman relasi yang kurang menyenangkan. Konten tersebut dipersepsikan sebagai bentuk dukungan emosional yang membantu proses refleksi diri dan pemulihan psikologis. Sebagaimana informan menjelaskan:

“Aku ingat banget adalah kontennya dia tentang gimana kita keluar dari hubungan yang toksik. Jadi kaya enggak harus sama pacar, tapi juga sama orang sekitar maupun rekan kerja yang emang enggak sesuai sama diri kita. Itu hal yang relate dan berguna banget buat aku untuk survive.” (I1).

Adapun informan yang berpendapat serupa:

“Relate dengan situasi yang aku rasain. Terutama dia kalau misal bahas gimana kita untuk harus percaya diri, kayak misal cinta ke diri sendiri.” (I2).

“Relevan banget. Kadang kalau aku lagi pikirannya nggak jelas, konten dia kasih insight baru yang bikin aku mikir “kenapa kok aku nggak mikir kayak Malicca ya?”. Aku berusaha menerapkan itu di kehidupan aku.” (I6).

Namun, tidak semua respons bersifat positif. Beberapa informan justru merasakan emosi ambivalen hingga negatif, seperti rasa tidak nyaman, tertekan, atau terganggu karena menganggap konten tersebut menyederhanakan emosi perempuan dan membentuk standar ideal tertentu tentang bagaimana perempuan seharusnya bersikap. Narasi yang menekankan

Informan pertama kali mengenal konsep *feminine energy* melalui FYP TikTok sekitar tahun 2018-2025. Dua informan mengenal konsep ini langsung melalui akun Nashatra Malicca, satu informan telah mendapatkan paparan sejak di bangku kuliah, sedangkan tiga lainnya melihatnya secara tidak langsung melalui algoritma konten *self-improvement* dari akun lainnya.

Keragaman latar belakang tersebut memengaruhi variasi sudut pandang informan dalam memaknai kampanye *feminine energy*. Informan dengan latar pendidikan lebih tinggi dan pengalaman kerja lebih lama cenderung menunjukkan sikap yang lebih reflektif dan kritis, sedangkan informan yang lebih muda lebih terbuka terhadap pesan motivasional yang bersifat afirmatif. Namun, hal hal yang paling utama adaah seberapa dalam informan mengetahui tentang konsep *feminine energy*.

B. Pemahaman Informan terhadap Kampanye Feminine Energy di TikTok

Seluruh informan memaknai *feminine energy* sebagai energi atau kualitas batin yang berkaitan dengan kelembutan, empati, ketenangan, dan kemampuan menerima diri sendiri. Konsep ini dipahami bukan semata-mata sebagai sifat biologis perempuan, melainkan sebagai karakter emosional yang dapat dikembangkan. Sebagaimana informan menyatakan:

ketenangan, kelembutan, dan pengendalian diri dinilai berpotensi mengabaikan emosi negatif yang juga manusiawi. Sebagaimana informan menjelaskan:

“Malicca itu, dia ada beberapa poin yang aku setuju dengan apa, dengan konten dia, tapi ada juga yang aku kurang setuju. Contohnya ‘Jangan Jadi Cewek Low Maintenance’ kamu, ‘Jangan Jadi Cewek Low Maintenance’, ‘Belajar untuk Ngomong Seadanya’.” (13).

“Kalau misalnya bahas pertemanan relate. Cuman, jujur-jujur aja, aku sama kontennya dia itu beberapa kali emang kayak agak enggak cocok pandangannya ketika dia ngebahas tentang relationship sih.” (14).

“Di every content heartbreak-nya itu, dia mencoba untuk memojokkan laki-laki dengan perspektif feminisnya. Dia kan kaya melabeli dirinya as a feminist kan menurutku, tapi lama-lama kalau ada kontennya dia, aku skip.” (15).

Dengan demikian, respons emosional informan terhadap konten Nashatra Malicca tidak bersifat homogen, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman personal, kondisi psikologis, serta cara masing-masing individu memaknai pesan yang disampaikan.

D. Persepsi Dampak Kampanye Nashatra Malicca tentang Feminine Energy terhadap Perempuan

Informan memersepsikan bahwa kampanye *feminine energy* yang disampaikan oleh Nashatra Malicca memberikan dampak yang nyata terhadap cara perempuan memandang diri sendiri, relasi sosial, dan posisi mereka dalam hubungan pertemanan dan romantis. Dampak yang paling menonjol adalah meningkatnya kesadaran akan pentingnya menghargai diri, menetapkan batasan personal, serta tidak menggantungkan kebahagiaan sepenuhnya pada kehadiran pasangan. Sebagaimana informan mengungkapkan:

“Ngebuat kita lebih open minded, ngebuat kita menghargai perempuan dan laki-laki karena selagi mereka sama-sama manusia, gender itu tetap setara dalam berbagai hal,

baik dalam karir, pendidikan, pekerjaan, maupun nanti saat berkeluarga” (11).

Selain itu, kampanye ini dinilai mendorong perempuan untuk lebih fokus pada pengembangan diri, kestabilan emosional, dan kemandirian, baik secara psikologis maupun sosial. Bagi informan lain, narasi tersebut membantunya pulih dari rasa sakit hati.

“Awalnya sih karena in the moment aku lagi butuh validasi ya, karena emang ya namanya orang lagi patah hati, kan. Pasti ada di fase denial, ada yang ada di fase yang kita itu butuh energi, energi perempuan yang benar-benar bisa ngebalikin mood kita, bisa memvalidasi kita. Jadi, menurutku waktu itu sangat-sangat inspiratif.” (15)

Namun, kampanye ini juga dipersepsikan memiliki dampak problematis. Informan menilai bahwa narasi *feminine energy* berpotensi membentuk standar ideal baru tentang perempuan yang “seharusnya” tenang, lembut, dan selalu mampu mengendalikan emosi. Standar ini dikhawatirkan dapat membatasi ekspresi emosi perempuan serta mengabaikan realitas bahwa kemarahan, kekecewaan, dan ketegasan juga merupakan bagian wajar dari pengalaman perempuan. Sebagaimana informan menjelaskan:

“...yang dia berikan, yang dia cantumkan, itu menurut aku sedikit demanding, yang kontradiktif dengan feminine energy itu tersebut.” (13).

Dengan demikian, kampanye *feminine energy* dipersepsikan memiliki dampak yang bersifat ambivalen: di satu sisi memberikan afirmasi dan penguatan psikologis bagi perempuan, namun di sisi lain berpotensi mereproduksi standar femininitas baru yang tidak sepenuhnya inklusif terhadap keragaman pengalaman perempuan.

E. Kesesuaian Feminine Energy dengan Norma Sosial Indonesia

Konsep *feminine energy* dinilai sebagian sesuai dengan norma sosial Indonesia, terutama pada nilai perempuan yang diharapkan bersikap lembut, sabar, tenang, empatik, dan tidak konfrontatif. Beberapa informan menilai konsep ini dapat membantu perempuan menjadi lebih percaya diri, mandiri, dan menghargai diri sendiri, sehingga relevan untuk pemberdayaan

perempuan lajang di tengah tekanan sosial. Sebagaimana informan mengatakan:

“Ada sisi yang cocok dan ada yang tidak. Yang cocok itu soal perempuan harus sabar, lembut, dan tenang. Yang susah diterima mungkin soal perempuan boleh dominan, tegas, dan pakai logika, karena di sini seringkali perempuan harus nurut.” (I6).

Namun, terdapat pula ketidaksesuaian, khususnya pada narasi yang memberi ruang bagi perempuan untuk bersikap tegas, dominan, dan mandiri secara penuh. Dalam konteks budaya Indonesia yang masih patriarkal, hal ini kerap dipandang bertentangan dengan ekspektasi bahwa perempuan harus patuh dan mengutamakan harmoni.

Selain itu, konten *feminine energy* dalam konteks hubungan romantis dinilai kurang cocok oleh sebagian informan karena cenderung menggeneralisasi peran gender (misalnya laki-laki harus selalu membayar atau menjadi *provider*, perempuan harus diperlakukan sebagai *“princess”*), yang tidak selalu sesuai dengan realitas relasi di Indonesia yang beragam. Sebagaimana informan mengatakan:

“Tapi kan ada orang-orang yang dia tuh emang lebih suka enggak apa ya, 50-50, atau misalnya kalau aku ada ya udah, aku ngasih aja kayak gitu. Jadi, enggak bisa dipaksain, enggak bisa disama ratain semua orang kayak, ‘Kalau cowok itu harus bayar harus bayarin semua,’ gitu.” (I4).

I2 dan I5 juga menilai gaya kampanye Nashatra Malicca terlalu memihak perempuan dan berpotensi memojokkan laki-laki, sehingga dikhawatirkan menimbulkan bias pemahaman di kalangan audiens yang belum memiliki literasi gender yang kuat.

Secara keseluruhan, *feminine energy* dipandang selaras pada level nilai kepribadian (kelembutan, empati, pengendalian diri), tetapi kurang sepenuhnya selaras pada level praktik relasi gender dan hubungan romantis dalam konteks sosial dan budaya Indonesia.

F. Pengalaman Pribadi Informan

Seluruh informan mengaku mengalami perubahan cara berpikir dan berperilaku setelah mengenal dan mencoba menerapkan konsep *feminine energy*, baik dalam konteks diri sendiri, pertemanan, maupun hubungan romantis.

Perubahan tersebut meliputi informan menjadi lebih seimbang secara emosional, meningkatnya *self-love* dan *self-respect*, pola komunikasi membaik terhadap orang lain, perubahan sikap dalam hubungan pertemanan dan romantis, serta menjadikan konsep *feminine energy* dari Nashatra Malicca sebagai proses refleksi diri.

Bagi sebagian informan, konsep ini tidak selalu langsung mengubah tindakan, tetapi membentuk prinsip dan cara pandang baru yang akan diterapkan dalam hubungan di masa depan.

G. Penilaian terhadap Peran Nashatra Malicca

Bagi dua informan, Nashatra Malicca selaku *influencer* kampanye *feminine energy* merupakan pribadi yang objektif karena latar belakang pendidikan dan relevansi kontennya terhadap kisah hidup informan. Hal ini ditandai dengan latar belakang Nashatra Malicca sebagai mahasiswa Psikologi universitas terakreditasi dan cara Nashatra Malicca mempersentasikan dirinya di media sosial TikTok, baik dari busana yang dikenakan, caranya berbicara di depan umum, maupun nada emosi yang digunakan. Sebagaimana informan menjelaskan:

“Karena background-nya dia juga, dengan memperhatikan dia background-nya psikologi, aku yakin kalau dia bikin konten, dia akan melakukan riset dulu sih.” (I1).

“Menurutku objektif karena dia kayaknya based on bacaan juga, bukan cuma opini pribadi. Menurutku juga tetap mendukung kesetaraan.” (I6).

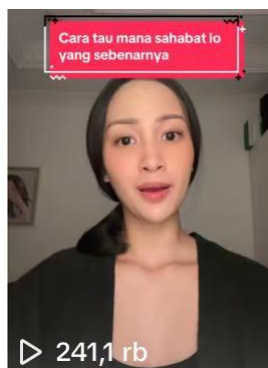
Empat informan lain mengaku bahwa pemahaman yang diberikan oleh Nashatra Malicca selaku *influencer* kampanye *feminine energy* mengarah ke subjektif. Alasan informan yakni, konten pada akun TikTok Nashatra Malicca cenderung memberi *stereotype* terhadap jenis kelamin tertentu, terlalu membahas penekanan bagaimana perempuan bersikap,

terlalu mengkotak-kotakkan peran jenis kelamin tertentu, serta ujaran *man-hating* yang berlebihan pada akhir-akhir ini.

H. Contoh Konten di akun TikTok Nashatra Malicca yang Berpengaruh

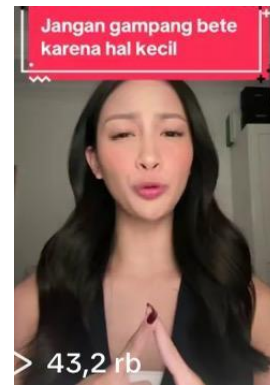
Seluruh informan setuju terhadap konten yang bersifat self-love, self-control, serta konten pengembangan diri yang lain. Selain itu informan juga setuju dengan konten yang membahas tentang *friendship* dan bagaimana mengelola komunikasi ke orang lain. Adapun informan yang menerapkan ajaran dari Nashatra Malicca di lingkungan kerja. Sebagaimana informan menjelaskan:

“Aku ingat banget adalah kontennya dia tentang gimana kita keluar dari hubungan yang toksik. Jadi kaya enggak harus sama pacar, tapi juga sama orang sekitar maupun rekan kerja yang emang enggak sesuai sama diri kita. Itu hal yang relate dan berguna banget buat aku untuk survive.” (I1).



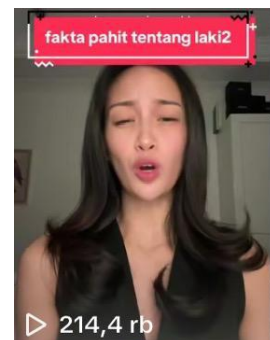
Gambar 1 Konten Nashatra Malicca tentang pertemanan

Informan mengungkapkan bahwa perubahan yang ada pada diri termasuk menjadi pribadi yang tidak emosional, kalem, menyelesaikan masalah dengan kepala dingin, lebih teratur atau *organized*, serta dapat menerapkan batasan kepada orang lain yang dirasa membawa pengaruh buruk atau energi negatif. Sebagaimana informan menceritakan:



Gambar 2 Konten Nashatra Malicca tentang pengelolaan emosi

“Dia pernah bikin konten ‘Jangan pernah gampang bete sama hal kecil.’ Kenapa itu relate banget sama aku? Satu, itu adalah suatu hal yang menurutku basic yang sering kita temui. Ketika kita gampang bete itu bakal ngaruh ke semuanya. Dulu aku sering diremehin nih sama keluarga aku. Karena harus mau diturutin gitu. Terus akhirnya sampai itu dibawa sampai aku gede, sampai aku kuliah, SMA, gitu loh. Yang mana enggak semua orang tuh ternyata bisa loh memahamin kamu kayak gitu. Dan kalau aku mau melakukan hal itu, aku harus mikir dua kali gitu loh.” (I2)



Gambar 3 Konten Nashatra Malicca tentang laki-laki

“Jadi aku menegosiasikan kalau kontennya Malicca bisa aku jadikan referensi nantinya. Contoh, ‘Oh, ya fakta laki-laki’ jadi nanti aku gak boleh lay on ke laki-laki.” (I5).

I. Persepsi tentang Perbedaan Penerimaan Antargolongan

Sebagian besar informan menyetujui bahwa ada perbedaan penerimaan antara golongan. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat pendidikan,

pekerjaan, usia, dan kedalaman literasi tentang gender. Selain itu, pengalaman hidup juga berpengaruh besar terkait bagaimana seseorang menentukan persepsi. Sebagaimana informan menyampaikan:

“...yang kuliah itu lebih open-minded gitu. Jadi, lebih mudah untuk disadarkan ketika mereka emang lagi enggak sesuai gitu. Dan dibandingkan dengan yang emang enggak kuliah, itu lebih banyak denial-nya daripada mereka meresapi apa yang emang seharusnya itu mereka lakukan,” (I1).

“Itu karena status, umur, latar belakang pendidikan jelas beda. Terus kalau kuliah gak kuliah, sekolah sampe mana. Itu juga ngaruh. Dan aku punya teman yang gak kuliah ya. Pemikiran dia pun nggak se-open minded itu.” (I2).

“Orang-orang yang lebih aware kepada feminisme, feminine energy, merayakan segi keperempuanannya, itu dari segi pemikiran itu sangat berbeda dari orang yang hidup tanpa tereduksi dengan feminisme itu dengan baik.” (I5).

“Ada banget karena aku bandinginnya yang usia 22 dengan teman SMA. Jadi aku ada curhatan dari anak SMA, memang dia intens curhat ke aku. Cowok dia kureng banget. Manchild banget. Kalau aku kasih advice, dia masih banyak denial. Masih pakai hati banget, gak terlalu banyak mikir kayak temanku yang sudah 22 tahun. Yang temanku SMA ini gak mikirin diri sendiri. Ada temanku yang sudah menikah, aku dan dia benar-benar intens. Aku sering bahas feminine energy ini sama dia. Dia juga ngajarin aku jangan mothering dll. Dia setuju dengan konsep ini. Alhamdulillah dia sekarang suami yang masculine energy banget dan di-treat baik.” (I6).

I3 menggambarkan pergaulan dari sekolah tergolong *open minded* sehingga pembahasan tentang *feminine energy* berbobot dan bersifat menambah wawasannya, sedangkan teman kuliahnya, yang juga bekerja sambil, ia mengungkapkan bahwa mereka kurang bijak dalam memandang peran wanita karena kerap melontarkan candaan *sexist*.

Di sisi lain, I4 beranggapan bahwa tanggapan suatu isu tidak bisa semata-mata

dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang pekerjaan pendidikan, pekerjaan, maupun usia.

Dari data yang telah dijabarkan, penerimaan terhadap kampanye *feminine energy* cenderung lebih positif pada kelompok yang lebih terdidik, dewasa, dan memiliki literasi gender, sedangkan kelompok yang lebih muda atau kurang terpapar pendidikan kritis menunjukkan resistensi atau pemahaman yang lebih terbatas.

J. Posisi Resepsi Informan terhadap Kampanye Feminine Energy

Posisi Dominant Reading

Pembacaan “Dominan-Hegemoni” terjadi ketika informan menerima pesan yang disampaikan oleh akun TikTok @nmaliccaa secara utuh dan sesuai dengan maksud yang dikodekan oleh produsen pesan. Dalam konteks ini, informan menyelaraskan sepenuhnya persepsi mereka dengan pemahaman *feminine energy* yang dipromosikan oleh Nashatra Malicca, seorang *influencer* yang mengampanyekan *feminine energy*.

Mayoritas informan menunjukkan pemahaman dasar yang sejalan dengan gagasan utama dari akun TikTok @nmaliccaa, terutama mengenai konsep *feminine energy* sebagai kekuatan internal yang perlu dipelihara dan bukan sekadar penampilan fisik seperti pentingnya *self-love* dan *self-respect*, ekspresif dalam empati dan perasaan, serta dampak positif setelah menerapkan konsep *feminine energy* dalam kehidupan pribadi.

Selain itu, kesetujuan informan terhadap Nashatra Malicca juga dipengaruhi oleh kredibilitasnya sebagai mahasiswa Psikologi di Universitas Padjajaran, serta caranya *public speaking* dalam setiap kontennya. Sebagaimana informan mengungkapkan:

“Karena background-nya dia juga, dengan memperhatikan dia background-nya psikologi, aku yakin kalau dia bikin konten, dia akan melakukan riset dulu sih. Jadi, eh kredibilitasnya kontennya dari dia bisa, bisa dipertanggungjawabkan. Jadi, aku kurang lebihnya percaya kalau misalkan itu hal yang emang relate sama perasaanku waktu nonton videonya.” (I1).

Posisi Negotiated Reading

Informan pada posisi ini menerima sebagian pesan kampanye, namun menolak atau menyesuaikan bagian tertentu dengan pengalaman pribadi.

Informan menyetujui konten yang bernarasi terkait *self-improvement* atau pengembangan diri dan konteng tentang pertemanan. Sejauh ini, informan menegosiasikan konteng Nashatra Malicca yang membahas tentang hubungan romantis karena informan menganggap Nashatra Malicca terlalu memasang *stereotype* pada laki-laki sehingga kurang sesuai dengan *beliefs* dan *value* yang mereka anut. Salah satu informan menyatakan:

Posisi Oppositional Reading

Pembacaan oposisi terjadi ketika informan menolak pesan sentral atau ideologi yang dikomunikasikan Malicca, meskipun mereka memahami pesan tersebut. Penolakan ini sering kali didasarkan pada nilai-nilai yang sudah melekat (latar belakang pendidikan, pengalaman hidup) yang bertentangan dengan beberapa konten Nashatra Malicca.

Pada data yang telah diambil, tidak ditemukan pembaca sepenuhnya oposisi terhadap konten TikTok Nashatra Malicca. Sejauh ini, informan cenderung menegosiasikan konten-kontennya. Ketidaksetujuan informan menitikberatkan kepada beberapa konten yang membahas tentang *dating tips* atau pengelompokkan peran gender yang didasari jenis kelamin.

Temuan Penelitian

1. *Feminine energy* dimaknai beragam, mulai dari alat pengembangan diri hingga panduan untuk berinteraksi dengan orang lain seperti pertemanan dan hubungan romantis.
2. Respons emosional informan terbentuk dari pengalaman hidup dan latar belakang pendidikan mereka.
3. Pesan *feminine energy* dapat memberikan motivasi, tetapi juga dapat menimbulkan tekanan baru bagi sebagian perempuan

karena pengklasifikasian peran gender yang dibentuk oleh Nashatra Malicca.

4. Norma budaya Indonesia menentukan cara informan menafsirkan kefemininan.
5. Konten di akun TikTok Nashatra Malicca (@nmalicca) dianggap berdampak, tetapi juga narasinya dinilai subjektif oleh empat informan.
6. Posisi informan bervariasi, yakni dua di posisi dominan dan empat di posisi menegosiasikan. Belum ditemukan audiens yang oposisi secara keseluruhan terhadap konten Nashatra Malicca di TikTok, tetapi ada beberapa konten yang kurang disetujui oleh empat informan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, konten kampanye *feminine energy* oleh *influencer* Nashatra Malicca di media sosial TikTok berdasarkan persepsi perempuan *single* Kota Surabaya dimaknai secara beragam, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

Konten yang diunggah oleh Nashatra Malicca melalui akun TikTok @nmalicca memiliki dampak yang signifikan karena penyampaiannya yang berbasis latar belakang Psikologi sehingga meningkatkan kepercayaan (*trust*) audiens karena dinilai kredibel. Selain itu, Nashatra Malicca juga meyakinkan audiens karena konsistensi narasi yang dibawakannya selaras dengan konsep *feminine energy*.

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat dua posisi dominan dan empat posisi negosiasi pemaknaan sebagaimana dikemukakan dalam teori resepsi Stuart Hall, yaitu *dominant reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*.

Dengan demikian, kampanye *feminine energy* yang dinarasikan oleh Nashatra Malicca di TikTok tidak hanya dipahami secara pasif, melainkan informan terlibat secara aktif yang terus dinegosiasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2025). *Kota Surabaya dalam Angka 2025*.
Christie, Y., Hartanti, & Nanik. (2013).

- Perbedaan Kesejahteraan Psikologis pada Wanita Lajang ditinjau dari Tipe Wanita Lajang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol.2 No.1*.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Farrel Ardan, A., Raya Telang, J., Telang Indah, P., Kamal, K., Bangkalan, K., Timur, J., & Penulis, K. (2024). Representasi Feminitas Perempuan Dalam Konten Youtube The Wizard Liz. *Jurnal Media Akademik, 2*.
<https://doi.org/10.62281>
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (1980). *Culture, Media, Language*.
- Hamzah Tegar Ashari, Ali Nuke Affandy, & Ngatma'in. (2024). Kampanye Inklusivitas LGBT Disney: Analisis Konten Kualitatif dalam Film Strange World (2022). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7*.
<https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6740>
- Mukti, I., Asriadi, M., & Kunci, K. (2023). Representasi Perempuan Pada Tayangan Video Dalam Media Sosial Tiktok. *Journal of Communication, 1*.
- Pickens, C., & Braun, V. (2024). *Stroppy Bitches Who Just Need to Learn How to Settle'? Young Single Women and Norms of Femininity and Heterosexuality*.
<http://orcid.org>
- Sakinah, H. C. (2025). *Persepsi Mahasiswa FIAI UII Angkatan 2021 Tentang Penggunaan Kaus Kaki Sebagai Penutup Aurat*.
- Swart, J., & Guirguis, C. (2023). *The Coach's Casebook: Skills, Tools and Techniques for Effective Coaching* (J. Swart & C. Guirguis, Eds.; 1st ed.). Kogan Page.
- Wearesocial.com. (2025). *Digital 2025 - We Are Social Indonesia*. Wearesocial.Com.

