

Representasi Feminine Energy dalam Konten Get Ready With Me Shasha Zhania di Platform TikTok: Analisis Semiotika Roland Barthes

Sahlu Nabila Ramadhani^{1✉}, Johantan Alfando², Dony Kristian³, Ziya Ibrizah⁴
(1,2,3,4) Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi Feminine Energy dalam konten Get Ready With Me (GRWM) yang diproduksi oleh Shasha Zhania di platform TikTok. Tren Feminine Energy yang meluas di TikTok memunculkan kebutuhan untuk mengkaji secara kritis bagaimana konsep ini dikonstruksi dan direpresentasikan dalam konten keseharian perempuan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif dan metode analisis semiotika Roland Barthes melalui tiga tahapan pemaknaan: denotasi, konotasi, dan mitos. Objek penelitian adalah satu konten video GRWM yang diunggah akun @_shaz pada 1 Maret 2025, dipilih secara purposif karena memuat ketiga indikator Feminine Energy secara lengkap. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Feminine Energy direpresentasikan melalui tiga indikator: perawatan diri (self-care), estetika feminin, dan refleksi diri. Pada tingkat denotasi, konten menampilkan aktivitas skincare dan makeup, busana bernuansa pastel, serta narasi personal tentang hubungan romantis. Pada tingkat konotasi, tanda-tanda tersebut membentuk makna perempuan yang lembut, tenang, dan mampu mengelola emosi secara stabil. Pada tingkat mitos, Feminine Energy dinaturalisasi sebagai citra perempuan ideal yang terawat, harmonis, dan seimbang antara penampilan fisik dan kondisi emosional melalui pengulangan visual dan narasi yang konsisten di ruang digital TikTok. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis semiotik terhadap bagaimana feminine energy dibangun dalam konten GRWM, yang masih jarang dibahas dalam penelitian sebelumnya. Sementara itu, kontribusi utamanya adalah menawarkan cara membaca yang lebih kritis terhadap konten media sosial sebagai teks budaya, khususnya dalam kajian komunikasi, gender, dan literasi media digital.

Abstract: This study aims to analyze the representation of Feminine Energy in the Get Ready With Me (GRWM) content produced by Shasha Zhania on the TikTok platform. The widespread Feminine Energy trend on TikTok raises the need to critically examine how this concept is constructed and represented in women's everyday content. The research employs a qualitative approach with an interpretive paradigm and Roland Barthes' semiotic analysis through three stages of meaning: denotation, connotation, and myth. The object of study is a single GRWM video uploaded by the @_shaz account on 1 March 2025, purposively selected because it contains all three indicators of Feminine Energy completely. Data were collected through non-participant observation and documentation. The findings show that Feminine Energy is represented through three indicators: self-care, feminine aesthetics, and self-reflection. At the denotative level, the content displays skincare and makeup activities, pastel-toned clothing, and a personal narrative about a romantic relationship. At the connotative level, these signs construct the meaning of a woman who is gentle, calm, and able to manage her emotions stably. At the mythical level, Feminine Energy is naturalized as the image of the ideal woman who is well-groomed, harmonious, and balanced between physical appearance and emotional condition, through consistent visual and narrative repetition within TikTok's digital space. The novelty of this study lies in its semiotic analysis of how Feminine Energy is constructed in GRWM content, an area that has received limited attention in previous research. Meanwhile, the main contribution of this study is to provide a more critical way of reading social media content as a cultural text, particularly within the fields of communication, gender studies, and digital media literacy.

Article history:

Received: 09 Mei 2026

Revised: 16 Mei 2026

Accepted: 24 Juni 2026

Published: 28 Juni 2026

Kata Kunci:

representasi, energi feminin, feminitas, TikTok, semiotika Roland Barthes, konten Get Ready With Me (GRWM), konstruksi gender

Keyword:

representasi, Feminine Energy, feminitas, TikTok, semiotika Roland Barthes, Konten GRWM, Konstruksi Gender

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).



How to cite: Ramadhani, S. N., Alfando, J., Kristian, D., & Ibrizah, Z. (2026). Representasi Feminine Energy dalam Konten Get Ready With Me Shasha Zhania di Platform TikTok: Analisis Semiotika Roland Barthes. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(3), 343–353. <https://doi.org/10.70716/perseptif.v4i2.614>

PENDAHULUAN

TikTok telah berkembang menjadi platform media sosial global yang memfasilitasi ekspresi identitas melalui konten video pendek yang kreatif. Platform ini mendominasi komunikasi digital terutama di kalangan generasi muda dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan (Susanty, 2023). Di Indonesia, TikTok memiliki sekitar 50 juta pengguna aktif dan menempati posisi keempat dunia dengan konten yang mencerminkan tren gaya hidup dan budaya populer (Gratia et al., 2022). Di antara beragam konten tersebut, Get Ready With Me (GRWM) menjadi salah satu tren yang digemari karena menampilkan rutinitas persiapan diri seperti tata rias dan pemilihan busana yang dikemas secara kreatif sekaligus menjadi sarana ekspresi identitas digital (Ardan, 2024; Chrisavira et al., 2025)

Konten GRWM tidak selalu selaras dengan konteks budaya lokal, khususnya dalam merepresentasikan feminitas. Representasi feminitas dalam konten GRWM kerap ditampilkan melalui riasan rapi, busana bernuansa pastel, dan gaya bicara lembut yang membatasi makna feminitas pada kecantikan fisik dan penampilan sesuai estetika populer (Ardan, 2024). Kondisi ini berpotensi menciptakan standar feminitas yang sempit dan tekanan bagi perempuan muda untuk mengikuti citra ideal yang dibentuk media, bukan berdasarkan ekspresi diri (Mitrin & Puta, 2024). Namun, fenomena GRWM di TikTok kini bergeser dari sekadar tutorial tata rias menjadi medium untuk menampilkan ketenangan batin, penerimaan diri, dan stabilitas emosional yang dalam budaya populer digital direpresentasikan melalui konsep Feminine Energy.

Feminine Energy merujuk pada ekspresi diri yang lembut, intuitif, dan reflektif yang menekankan kehadiran diri dan suasana emosional seperti ketenangan, empati, dan kehalusan interaksi (Silaban et al., 2025). Secara fenomenologis, Feminine Energy telah berkembang menjadi tren budaya digital yang signifikan; tagar terkait konsep ini telah mengumpulkan lebih dari tiga miliar tayangan secara global dengan konten yang didominasi rutinitas perawatan diri, estetika visual lembut, serta narasi kesadaran emosional (Sandall, 2024). Di Indonesia, tren ini tumbuh seiring meningkatnya kesadaran perempuan muda terhadap pentingnya ekspresi identitas yang autentik di ruang digital.

Penting untuk membedakan Feminine Energy dari feminitas secara umum. Feminitas dalam diskursus sosial sering dipahami sebagai seperangkat norma eksternal yang dipreskripsikan kepada perempuan melalui institusi sosial seperti keluarga, pendidikan, dan media (Wati et al., 2023). Sebaliknya, Feminine Energy merupakan kualitas internal yang bersifat personal dan tidak terikat pada jenis kelamin biologis. Menurut Ward, (2021) Feminine Energy berkaitan dengan kondisi being, yaitu kehadiran penuh secara emosional, penerimaan diri, dan keterhubungan dengan tubuh serta lingkungan secara utuh. Perbedaan inilah yang menjadikan Feminine Energy relevan dikaji secara kritis: ia hadir dengan tampilan menyerupai feminitas konvensional, namun membawa logika representasi yang berbeda dan perlu dibedah secara semiotis. Dalam kerangka teori penelitian ini, Feminine Energy dipahami sebagai sesuatu yang dibentuk melalui proses sosial dan komunikasi, bukan sebagai sifat yang secara alami dimiliki oleh perempuan. Dengan kata lain, makna feminitas dipandang sebagai hasil dari proses pemberian makna yang terus dibangun dan diperkuat melalui berbagai konten di ruang digital.

Pandangan ini sejalan dengan perspektif konstruksionis yang melihat gender dan feminitas sebagai hasil representasi, bukan sebagai sesuatu yang ditentukan oleh faktor biologis. Oleh karena itu, semiotika Roland Barthes digunakan sebagai kerangka analisis yang sesuai untuk memahami bagaimana Feminine Energy dibentuk melalui beberapa lapisan makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos.

Kemunculan Feminine Energy dalam format GRWM menciptakan ruang representasi yang kompleks. Di satu sisi konten ini dapat dibaca sebagai ekspresi diri yang autentik, namun di sisi lain ketika dikemas dalam estetika visual lembut, narasi personal emosional, dan rutinitas perawatan diri yang berulang, ia berpotensi menjadi konstruksi baru yang menormalisasi citra feminitas tertentu (Evans, 2023). Oleh karena itu, Feminine Energy tidak dapat dibaca hanya dari permukaan visualnya, melainkan perlu ditelusuri lapisan maknanya, mulai dari tanda yang tampak (denotasi), makna kultural (konotasi), hingga nilai ideologis yang dinaturalisasi (mitos). Pendekatan semiotika Roland Barthes menjadi relevan karena kemampuannya membongkar lapisan makna tersebut secara sistematis.

Tren ini diwujudkan melalui figur kreator tertentu, salah satunya Shasa Zhanian, seorang beauty influencer yang aktif di TikTok dan dikenal melalui konten rutinitas kecantikan, gaya hidup, dan tampilan feminin yang konsisten (Putri & Safina, 2024). Berdasarkan observasi terhadap akun @_shaz, konten Shasa Zhanian memiliki tingkat keterlibatan audiens yang tinggi dengan lebih dari satu juta pengikut. Popularitas dan citra yang kuat menjadikannya figur yang tepat untuk mengkaji representasi feminitas dalam konten GRWM. Meskipun kajian tentang persepsi audiens terhadap Feminine Energy pada akun Shasa Zhanian telah dilakukan (Sukmana & Chairil, 2024), penelitian yang menganalisis bagaimana Feminine Energy dikonstruksi melalui tanda-tanda visual dan naratif dalam konten GRWM menggunakan pendekatan semiotika Barthes belum tersedia. Inilah yang menjadi kebaruan dan kontribusi utama penelitian ini. Penelitian terdahulu cenderung berfokus pada persepsi dan resepsi audiens terhadap Feminine Energy (Sukmana & Chairil, 2024) serta representasi feminitas dalam konten kecantikan secara umum (Ardan, 2024; Putri & Safina, 2024). Sementara itu, kajian yang secara khusus menganalisis proses pembentukan makna Feminine Energy sebagai sebuah mitos melalui pendekatan semiotika pada konten Get Ready With Me (GRWM) masih terbatas. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memberikan kontribusi teoretis melalui perluasan penerapan semiotika Roland Barthes dalam studi feminitas digital, serta kontribusi praktis berupa kerangka literasi media untuk membantu masyarakat membaca dan memahami konten media sosial secara lebih kritis.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana Feminine Energy direpresentasikan dalam konten Get Ready With Me yang diproduksi oleh Shasa Zhanian di TikTok, melalui tiga indikator utama yaitu perawatan diri (self-care), estetika feminin, dan refleksi diri, dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes pada tiga tingkatan makna: denotasi, konotasi, dan mitos.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan landasan paradigma interpretif untuk memahami konstruksi makna dalam media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada penafsiran makna yang terkandung dalam simbol visual dan naratif, bukan pada pengukuran kuantitatif (Sugiyono, 2019). Paradigma interpretif digunakan untuk memahami proses

subjektivitas di balik representasi Feminine Energy dalam konten digital. Peneliti berperan sebagai instrumen kunci yang melakukan pengamatan dan penafsiran terhadap tanda-tanda yang muncul dalam video.

Objek penelitian adalah satu konten video GRWM milik Shasa Zhania yang diunggah di akun TikTok @_shaz pada 1 Maret 2025. Pemilihan satu video secara purposif didasarkan pada dua pertimbangan metodologis. Pertama, video tersebut merupakan satu-satunya konten yang memuat ketiga indikator Feminine Energy, yaitu perawatan diri, estetika feminin, dan refleksi diri, secara lengkap dalam satu teks visual dan naratif. Kedua, pendekatan semiotika Roland Barthes bersifat intensif-interpretatif sehingga kedalaman analisis terhadap satu teks budaya yang kaya lebih relevan dibandingkan analisis dangkal terhadap banyak sampel (Waruwu, 2024). Dalam kerangka Barthes, satu teks budaya yang memuat sistem tanda lengkap sudah merupakan korpus yang memadai untuk mengungkap denotasi, konotasi, dan mitos. Pemilihan akun Shasa Zhania (@_shaz) sebagai objek penelitian juga didasarkan pada pertimbangan bahwa akun tersebut merupakan salah satu akun yang secara konsisten merepresentasikan Feminine Energy di TikTok Indonesia serta memiliki tingkat keterlibatan audiens yang tinggi. Dengan demikian, kontennya dinilai representatif untuk menelaah bagaimana konsep Feminine Energy dikonstruksi, direpresentasikan, dan dimaknai oleh publik.

Data primer diperoleh melalui observasi non-partisipatif dan dokumentasi terhadap elemen visual dan naratif video, meliputi riasan wajah, pemilihan busana, audio, narasi, dan gestur tubuh, yang diarsipkan dalam bentuk tangkapan layar. Data sekunder bersumber dari jurnal ilmiah, buku teori, artikel, dan literatur relevan yang digunakan untuk memperkuat landasan teori serta memperluas konteks analisis.

Teknik analisis data menggunakan semiotika Roland Barthes melalui tiga tahapan pemaknaan. Tahap denotasi mengidentifikasi makna literal dari elemen visual dan naratif, yakni apa yang terlihat dan terdengar secara langsung. Tahap konotasi menafsirkan makna simbolik tanda, yaitu bagaimana elemen visual dan naratif membentuk kesan kelembutan, ketenangan, dan citra feminin tertentu. Tahap mitos menelaah makna ideologis dan nilai sosial yang direpresentasikan, yaitu bagaimana konten GRWM membangun atau mereproduksi pemahaman tertentu mengenai feminitas, kecantikan, dan perawatan diri sebagai bagian dari identitas perempuan di ruang digital. Untuk memastikan analisis berlangsung sistematis, peneliti menyusun instrumen analisis dalam bentuk tabel yang mencakup penanda (signifier), petanda (signified), serta tiga tingkatan makna untuk setiap indikator Feminine Energy. Unit analisis dalam penelitian ini berupa tanda-tanda visual dan naratif yang terdapat dalam video Get Ready With Me (GRWM), yang mencakup tata rias, busana, pencahayaan, latar, gestur tubuh, audio, dan narasi verbal. Analisis dilakukan melalui tiga tahap, yaitu mendeskripsikan tanda pada tingkat denotasi, menafsirkan makna konotatif dengan mempertimbangkan konteks sosial dan budaya, serta mengidentifikasi mitos yang menormalisasi nilai-nilai feminitas tertentu. Untuk meningkatkan keabsahan penafsiran, hasil analisis pada setiap tahap dibandingkan dengan literatur dan penelitian terdahulu agar interpretasi yang dihasilkan lebih objektif dan memiliki dasar akademik yang kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian adalah konten Get Ready With Me milik Shasa Zhania yang diunggah pada 1 Maret 2025 dengan durasi sekitar dua menit. Video direkam di dalam kamar dengan pencahayaan natural dari jendela. Shasa Zhania menampilkan rangkaian aktivitas skincare dan makeup, seperti

penggunaan serum, foundation, concealer, dan mascara secara bertahap, sambil mengenakan piyama satin putih dengan detail garis merah muda dan hair roll pada rambutnya. Selama proses persiapan diri, video disertai narasi tentang perjalanan awal hubungannya. Analisis berikut diorganisasi berdasarkan tiga indikator Feminine Energy.

Representasi Feminine Energy melalui Perawatan Diri (Self-care)

Secara denotatif, aktivitas self-care ditunjukkan melalui rangkaian penggunaan skincare dan makeup selama video berlangsung. Shasa Zhania membuka video dengan menyapa audiens, lalu melakukan proses makeup secara bertahap dari complexion, mascara, hingga bedak dengan gerakan perlahan dan ritme stabil. Ia sempat menghentikan cerita untuk fokus mengaplikasikan maskara, kemudian melanjutkan dengan menjelaskan penggunaan serum dan perubahan kondisi kulitnya dari kering menjadi lebih lembap dan terasa menenangkan. Aktivitas dilakukan secara berurutan tanpa perpindahan adegan cepat sehingga membentuk alur visual yang konsisten, diperkuat ekspresi wajah rileks dan minimnya gerakan tergesa-gesa.

Pada tingkat konotasi, ritme gerakan yang lambat, nada bicara tenang, dan jeda untuk memusatkan perhatian pada riasan mengonstruksi self-care sebagai waktu personal yang intim dan reflektif, bukan sekadar rutinitas estetika. Perpaduan narasi personal dan aktivitas perawatan diri membentuk hubungan antara perawatan tubuh dengan proses menjaga kenyamanan emosional. Penggunaan istilah deskriptif tentang sensasi kulit menunjukkan bahwa hasil perawatan tidak hanya dipahami melalui perubahan fisik, tetapi juga melalui rasa nyaman yang dirasakan, sehingga tubuh diposisikan sebagai sesuatu yang perlu diperhatikan secara penuh dan sadar.

Pada tingkat mitos, konten ini membangun keyakinan bahwa perempuan ideal adalah perempuan yang mampu menjaga keseimbangan antara penampilan fisik, ketenangan emosional, dan keteraturan diri secara bersamaan. Rutinitas skincare dan makeup dikonstruksi sebagai bagian tak terpisahkan dari identitas perempuan modern. Temuan ini sejalan dengan Stienstra, (2022) Amalia & Hati, (2025) yang menyatakan bahwa praktik perawatan diri dalam media digital perempuan berkaitan dengan pengelolaan kondisi emosional dan kebutuhan afeksi personal. Melalui pengulangan konten serupa di TikTok, keyakinan ini menjadi tampak alamiah sehingga perempuan yang terawat, tenang, dan mampu menjaga dirinya dipandang sebagai perempuan ideal di ruang digital.

Tabel 1. Pemaknaan Self-care dalam Konten GRWM Shasa Zhania

Tingkat Makna	Temuan Utama
Denotasi	Aktivitas skincare dan makeup (serum, mascara, complexion) dilakukan bertahap dengan gerakan perlahan sambil bercerita tentang hubungan romantis.
Konotasi	Ritme lambat, nada tenang, dan jeda untuk fokus merias mengonstruksi self-care sebagai waktu personal yang intim dan reflektif, bukan sekadar rutinitas estetika.
Mitos	Perempuan yang baik adalah perempuan yang aktif merawat diri. Melalui pengulangan konten di TikTok, keyakinan ini tampak alamiah sehingga perempuan terawat dan tenang dipandang sebagai sosok ideal.

Representasi Feminine Energy melalui Estetika Feminin

Secara denotatif, estetika feminin ditunjukkan melalui visual bernuansa lembut, pencahayaan natural, serta busana dan riasan berwarna lembut. Video direkam di kamar dengan latar bersih dan pencahayaan terang yang stabil. Shasa Zhania mengenakan piyama satin putih dengan detail merah muda dan rambut yang dijepit hair roll, dengan riasan tipis serta ekspresi wajah rileks. Ia menegaskan bahwa riasannya tipis namun kondisi kulit di baliknya tetap terjaga, sehingga penampilan diarahkan pada citra natural dan tidak berlebihan.

Pada tingkat konotasi, dominasi warna putih dan merah muda, pencahayaan natural, dan makeup minimalis membangun citra feminitas yang identik dengan kelembutan, naturalness, dan kedekatan emosional, bukan glamor atau kemewahan. Mulyati (2009) menjelaskan bahwa warna pastel dan warna lembut secara kultural berkaitan dengan kelembutan, rasa aman, dan kestabilan emosional. Estetika soft yang ditampilkan diarahkan pada kedekatan personal dengan audiens melalui suasana visual yang ringan dan menenangkan.

Pada tingkat mitos, konten ini membangun keyakinan bahwa feminitas ideal diwujudkan melalui penampilan bersih, warna lembut, wajah terawat, serta perilaku tenang dan terkendali. Octavianti et al., (2025) menjelaskan bahwa representasi feminitas di media digital terbentuk melalui pengulangan simbol visual yang mudah dikenali, sehingga terlihat natural padahal merupakan hasil konstruksi. Pengulangan simbol pada berbagai konten perempuan membuat standar visual tertentu tampak sebagai karakter alami perempuan, padahal terus direproduksi melalui platform digital seperti TikTok.

Tabel 2. Pemaknaan Estetika Feminin dalam Konten GRWM Shasa Zhania

Tingkat Makna	Temuan Utama
Denotasi	Piyama satin putih bergaris merah muda, rambut dijepit hair roll, pencahayaan natural, latar kamar bersih, makeup tipis, ekspresi rileks, nada bicara pelan dan stabil.
Konotasi	Warna putih dan merah muda, pencahayaan natural, dan makeup minimalis membangun citra feminitas yang identik dengan kelembutan, naturalness, dan kedekatan emosional, bukan glamor.
Mitos	Feminitas ideal diwujudkan melalui estetika tertentu: penampilan bersih, warna lembut, wajah terawat, serta perilaku tenang. Pengulangan simbol membuat standar visual ini tampak sebagai karakter alami perempuan.

Representasi Feminine Energy melalui Refleksi Diri

Secara denotatif, refleksi diri ditunjukkan melalui narasi personal tentang perjalanan hubungan Shasa Zhania, dari fase kedekatan tanpa status, rasa penasaran terhadap komitmen, hingga momen lamaran yang tidak terduga. Narasi disampaikan secara bertahap mengikuti alur cerita, dengan nada bicara tenang, ekspresi rileks, dan kontak mata yang beberapa kali diarahkan ke kamera, sementara aktivitas skincare dan makeup terus berlangsung. Gaya bicara santai dan tidak formal membentuk suasana percakapan yang intim antara kreator dan audiens.

Pada tingkat konotasi, cara Shasa Zhania menyatakan keyakinannya terhadap hubungan dan keterkejutannya saat dilamar sambil tetap merias wajah menunjukkan kemampuan memproses emosi

secara simultan, yaitu bercerita tanpa kehilangan kontrol diri. Keterbukaan terhadap kebingungan dan kejutan disampaikan dalam kontrol emosi yang stabil, menunjukkan bahwa pengalaman emosional adalah bagian dari keseharian yang dapat dibagikan secara intim. Sumardiono (2022) menjelaskan bahwa bahasa afirmatif dan reflektif pada perempuan berkaitan dengan mekanisme pengelolaan emosi dan penerimaan terhadap kondisi personal.

Pada tingkat mitos, konten ini membangun keyakinan bahwa perempuan yang matang adalah perempuan yang mampu mengelola emosinya secara tenang, bijaksana, dan elegan. Pengalaman emosional tetap dapat diungkapkan, namun harus disampaikan dalam bentuk yang terkendali dan tidak berlebihan. Praktik bercerita yang menyerupai self-talk ini, sebagaimana dijelaskan Ole et al., (2020) dan Fadli et al., (2023), berfungsi sebagai bentuk regulasi emosi. Melalui representasi semacam ini, TikTok turut menormalisasi keyakinan bahwa kestabilan emosional merupakan bagian dari karakter perempuan ideal.

Tabel 3. Pemaknaan Refleksi Diri dalam Konten GRWM Shasa Zhania

Tingkat Makna	Temuan Utama
Denotasi	Narasi verbal perjalanan hubungan (kedekatan tanpa status, rasa penasaran, momen lamaran) disampaikan sambil merias wajah, dengan kontak mata ke kamera dan gaya bicara santai.
Konotasi	Bercerita sambil tetap merias menunjukkan kemampuan memproses emosi secara simultan, yaitu mengungkapkan pengalaman tanpa kehilangan kontrol diri.
Mitos	Perempuan matang mampu mengelola emosi secara tenang dan elegan. Kestabilan emosional dinormalisasi sebagai karakter perempuan ideal di ruang digital.

Feminine Energy sebagai Mitos Finitas di Ruang Digital TikTok

Ketiga indikator tidak hadir secara terpisah, melainkan saling melengkapi dalam membangun representasi Feminine Energy. Praktik self-care membentuk perhatian terhadap tubuh, estetika feminin membentuk suasana visual yang lembut, dan refleksi diri membentuk kedekatan emosional melalui narasi personal. Kombinasi ini membuat Feminine Energy tidak tampil sebagai konsep yang berdiri sendiri, tetapi hadir melalui aktivitas keseharian yang terlihat sederhana dan natural. (Yens et al., 2025) menjelaskan bahwa media digital membentuk standar representasi yang diterima secara kolektif melalui reproduksi visual yang berlangsung terus-menerus, sehingga makna yang dikonstruksi tampak sebagai kualitas alami perempuan.

Representasi tersebut terkonfirmasi melalui respons audiens dalam kolom komentar, yang menunjukkan tiga pola penerimaan: identifikasi emosional, ketika audiens merasa pengalaman pribadinya tercermin dalam narasi Shasa; aspirasi relasional, ketika audiens menjadikan narasi reflektifnya sebagai referensi dalam memahami hubungan mereka sendiri; dan refleksi diri yang terpicu, ketika konten mendorong audiens turut merefleksikan pengalaman emosionalnya secara terbuka. Ketiga pola ini memperkuat argumen bahwa Feminine Energy bekerja sebagai mitos yang tidak hanya dikonstruksi oleh kreator, tetapi juga dinormalisasi dan dihidupkan kembali oleh audiensnya. Temuan ini menegaskan pandangan Barthes bahwa mitos bekerja dengan menampilkan

makna budaya sebagai sesuatu yang wajar dan diterima tanpa dipertanyakan. Dalam penelitian ini, Feminine Energy yang pada dasarnya merupakan hasil konstruksi sosial direpresentasikan seolah-olah sebagai karakteristik alami yang dimiliki perempuan. Temuan ini juga mendukung penelitian Evans (2023) dan Sandall, (2024) yang menyatakan bahwa feminitas di media digital sering diposisikan sebagai pilihan pribadi yang autentik, meskipun pada praktiknya tetap dibentuk melalui pola representasi yang seragam dan terus direproduksi.

Mitos Feminine Energy dalam konten Shasa Zhania beroperasi melalui beberapa mekanisme: endorsement produk yang mengaitkan self-care dengan brand tertentu sehingga menciptakan kesan bahwa Feminine Energy dapat dibeli; narasi reflektif yang disampaikan dalam kondisi emosional stabil sehingga menjadi standar baru komunikasi perempuan feminin; serta pengulangan rutinitas yang konsisten sehingga audiens menerima pola ini sebagai bagian alami dari identitas perempuan modern. Algoritma For You Page memperkuat penyebaran konten dengan pola serupa, menciptakan echo chamber feminitas yang menguatkan keyakinan bahwa merawat diri adalah ciri perempuan ideal. Dengan demikian, Feminine Energy berfungsi sekaligus sebagai mitos perempuan ideal, sebagai personal branding, sebagai standar feminitas baru yang menekankan kesadaran diri dan kestabilan emosional, dan sebagai identitas yang dikonstruksi serta ditampilkan kepada publik.

Sebagai catatan keterbatasan, penelitian ini berfokus pada satu konten video sehingga temuannya tidak dimaksudkan untuk menggeneralisasi seluruh konten Shasa Zhania maupun seluruh konten GRWM di TikTok, melainkan untuk menggali kedalaman makna pada satu teks budaya yang kaya. Penelitian lanjutan dapat memperluas objek pada kreator atau platform lain, serta memadukan analisis teks dengan kajian resepsi audiens secara lebih mendalam.

Tabel 4. Feminine Energy sebagai Mitos Feminitas di TikTok

Indikator	Tanda Dominan	Makna Konotatif	Mitos yang Terbentuk
Self-care	Gerakan perlahan, ritme stabil, narasi beriringan dengan makeup	Perawatan diri sebagai perhatian terhadap tubuh dan emosi sekaligus	Perempuan ideal mampu menjaga tubuh dan kestabilan emosi dalam satu rutinitas
Estetika Feminin	Warna lembut, pencahayaan natural, makeup tipis, latar rapi	Penampilan soft sebagai feminitas yang tenang dan tidak agresif	Perempuan feminin identik dengan tampilan harmonis, bersih, dan lembut
Refleksi Diri	Narasi personal, nada stabil, keterbukaan emosional terkontrol	Bercerita sambil beraktivitas sebagai kemampuan mengelola emosi reflektif	Perempuan feminin emosional namun tetap terkontrol dan tenang
Sintesis	Kombinasi ketiganya dalam satu video	Feminine Energy sebagai perpaduan tubuh, visual, dan emosi yang harmonis	Feminine Energy dinormalisasi sebagai citra perempuan ideal melalui pengulangan tanda yang konsisten

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes terhadap konten Get Ready With Me Shasha Zhanian, penelitian ini menyimpulkan bahwa Feminine Energy direpresentasikan sebagai konstruksi identitas perempuan ideal di ruang digital yang dibentuk melalui keterpaduan praktik perawatan diri (self-care), estetika feminin, dan refleksi diri. Pada tingkat denotasi, ketiga indikator tampil melalui aktivitas skincare dan makeup, busana bernuansa lembut, serta narasi personal tentang hubungan romantis. Pada tingkat konotasi, tanda-tanda tersebut membentuk makna perempuan yang lembut, tenang, dan mampu mengelola emosi secara stabil. Pada tingkat mitos, Feminine Energy dinaturalisasi sebagai citra perempuan ideal yang terawat, harmonis, dan seimbang antara penampilan fisik dan kondisi emosional, melalui pengulangan visual dan narasi yang konsisten. Dengan demikian, Feminine Energy tidak hanya dipahami sebagai ekspresi individual, tetapi sebagai konstruksi ideologis yang berperan membentuk cara perempuan dipahami dan direpresentasikan dalam budaya digital kontemporer. Penelitian ini berkontribusi pada kajian komunikasi, gender, dan literasi media digital dengan menawarkan model pembacaan kritis terhadap konten media sosial sebagai teks budaya; penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek kajian pada kreator atau platform lain dan memadukan analisis teks dengan kajian resepsi audiens.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas penerapan semiotika Roland Barthes dalam kajian feminitas digital dengan menunjukkan bagaimana mitos feminitas dibentuk melalui konten yang menampilkan aktivitas sehari-hari. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat mendukung penguatan literasi media kritis, terutama agar perempuan muda mampu memahami dan menafsirkan konten Feminine Energy secara lebih kritis tanpa terpengaruh oleh standar feminitas yang sempit. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menganalisis satu video dari satu kreator, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak kreator dan platform media sosial, menambah jumlah konten yang dianalisis, serta menggabungkan analisis teks dengan kajian resepsi audiens agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R., & Hati, S. T. (2025). Perubahan Sosial Budaya : Curhat Publik Sebagai Bentuk Ekspresi Emosional Dalam Masyarakat Digital. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 14518–14524. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.6031>
- Ardan, A. F. (2024). Representasi Feminitas Perempuan Dalam Konten Youtube The Wizard Liz. *Jurnal Media Akademik*, 2(12). <https://doi.org/10.62281/v2i12.1223>
- Chrisavira, M., Suryanto, & Chan, A. (2025). Analisis peran mega, macro, dan micro influencer dalam promosi produk kecantikan (studi pada konten influencer di tiktok). *Jurnal Lentera Bisnis*, 14, 69–83. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1292>
- Evans, A. (2023). ScienceDirect Femininity in the 21st century. *Current Opinion in Psychology*, 49, 101502. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101502>
- Fadli, A., PL, A. M., Nurazizah, S., & Widayanti, C. G. (2023). *Self-Talk as a Medium for Coping Stress for Female Employee : A Systematic Literature Review*. <https://doi.org/10.58959/icpsyche.v4i1.33>
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19.

- KONSTELASI: *Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 193–200.
<https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>
- Mitrin, A., & Puta, N. D. D. (2024). Representasi Gender dalam Iklan Global : Studi Perbandingan Norma Budaya dan Praktik Media. *Hang Tuah Jurnal*, 1(1), 7–13.
<https://doi.org/10.25311/sagara/Vol1.Iss1.2021>
- Mulyati, M. I. (2009). PERAN WARNA PADA INTERIOR RUMAH SAKIT UNTUK.
<https://doi.org/10.21831/imaji.v7i1.6642>
- Octavianti, A., Purwanto, E., Hidayati, A., Sari, H. J., & Rachman, Z. (2025). Teori Feminis dalam Dekonstruksi Perempuan di Media Sosial Representasi. *Journal Communication Science*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.47134/converse.v2i1.4395>
- Ole, P. K., Brinthaup, T. M., Dier, R., & Polak, D. (2020). Types of Inner Dialogues and Functions of Self-Talk : Comparisons and Implications. *Institute Of Psychology*, 11(March), 1–10.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00227>
- Putri, D., & Safina, D. (2024). Analisis Konsep Diri Gen Z Melalui Konten TikTok Shaza Zhanina Sebagai Beauty Influencer. *ARUNIKA: Bunga Rampai Ilmu Komunikasi*, 46–56.
<https://doi.org/10.36782/aronika.v1i01.325>
- Sandall, H. (2024). #BimboTok: a critical discourse analysis of hyper-feminine bimbo identities on TikTok. 193(1), 65–79. <https://doi.org/10.1177/1329878X241280235>
- Silaban, S., Kartikawati, D., & Wardana, R. D. W. (2025). Penerapan Feminine Energy Pada Influencer Perempuan Generasi Z di Media Sosial. 2(4), 4954–4963.
<https://doi.org/10.62567/micjo.v2i4.1435> Abstract
- Stienstra, B. (2022). *Discourses of Self-Care in Women's Online Media: A Case Study of Refinery29 and HelloGiggles*. 1, 1–50. [https://arts.ucalgary.ca/sites/default/files/teams/21/B. Stienstra Full Draft COMS Honours Thesis Revised.pdf](https://arts.ucalgary.ca/sites/default/files/teams/21/B._Stienstra_Full_Draft_COMS_Honours_Thesis_Revised.pdf)
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmana, D., & Chairil, A. M. (2024). Persepsi Perempuan Generasi Z terhadap Feminine Energy pada Akun TikTok Shaza Zhanina @_shaz. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9801–9808.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5893>
- Sumardiono, N. (2022). Representasi identitas gender influencer laki-laki dengan ekspresi gender feminin di Instagram. 8(1), 93–106. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v8i1.3056>
- Susanty, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Personal Branding dan Eksistensi Pekerja Migran Indonesia di Singapura. *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 3(2), 44–49. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v3i2.5335>
- Ward, L. (2021). *Understanding Feminine Energy*. https://louannewardmatchmaking.com.au/wp-content/uploads/2021/10/FEMININE-ENERGY-EBOOK-2_compressed-1-1.pdf
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif : Konsep , Prosedur , Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5, 198–211.
<https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>
- Wati, M. L. K., Rohman, F., & Yuniawan, T. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes dan Nilai Moral dalam Film Pendek Tilik 2018 Karya Wahyu Agung Prasetya. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 9(2), 1306–1315. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.3023>
- Yens, D., Syuhada, N. H., Rajaby, W., Fauzi, R. A., Putra, E., Maulana, M. F., & Lestari, P. (2025). The social construction of beauty in the digital era: Gen z's interpretation of beauty standards in

Jakarta. *International Journal of Child and Gender Studies*, 11(1).
<https://doi.org/10.22373/equality.v11i1.28836>