

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Persepsi merupakan proses individu ketika memberikan perhatian kepada suatu hal yang akan diterima oleh panca indera. Kehadiran tren *feminine energy* di media sosial menjadi sorotan perempuan generasi Z. Kesan pertama perempuan generasi Z terhadap Shasa Zhania serta aspek femininitas yang ada pada kontennya merupakan bentuk stimulasi atau rangsangan yang diterima oleh para individu. Pengalaman individu berperan penting dalam pembentukan persepsi perempuan generasi Z terhadap *feminine energy* pada akun TikTok Shasa Zhania. Perempuan generasi Z menganggap Shasa Zhania sebagai *content creator* yang memiliki *feminine energy* tersebut, bahkan memiliki potensi untuk menjadi *role model* untuk tren tersebut. Shasa Zhania dinilai memiliki *feminine energy* karena ia memiliki penampilan yang terlihat feminine, selain itu dari konten yang dibagikan seperti tentang *make up* atau konten merawat diri membuat Shasa Zhania memiliki karakteristik feminine. Shasa Zhania juga dianggap memiliki energi feminine karena sifat dan kepribadian yang ia tunjukkan di konten terhadap orang disekitarnya, khususnya pasangan atau pacarnya. Pandangan lain menyatakan bahwa Shasa Zhania memiliki *feminine energy* karena kekayaan yang ia miliki atau disebut sebagai *feminine energy* kota.

Pandangan lain menyebutkan bahwa Shasa Zhania hanyalah *content creator* biasa yang penampilan dan sifat yang ditunjukkan hanyalah kepentingan media sosial, sehingga Shasa Zhania bukanlah *content creator* yang memiliki *feminine energy*. Shasa Zhania tentunya tersimpan dalam memori individu, namun akan terdapat kemungkinan perbedaan antara persepsi yang dibentuk pertama kali, karena adanya faktor- faktor eksternal yang mempengaruhi.

5.2 Saran

Terdapat saran atau masukan yang ingin diberikan oleh peneliti, yaitu diperlukan penelitian selanjutnya untuk mencari tahu apakah konten terkait *feminine energy* yang dihadirkan oleh seorang *influencer* maupun bukan yang ditemukan di media sosial dapat mempengaruhi persepsi audiens generasi selanjutnya (generasi alpha) yang memiliki perbedaan karakteristik dengan generasi Z terhadap *feminine energy*, karena generasi Z memiliki persepsi yang berbeda dalam menanggapi tren ini.