

**HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN PERILAKU
MENGUNAKAN *BEAUTY FILTER* PADA MAHASISWI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1)
Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Disusun Oleh:

Ahdha Sabilla

(30702100015)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN PERILAKU
MENGUNAKAN *BEAUTY FILTER* PADA MAHASISWI PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

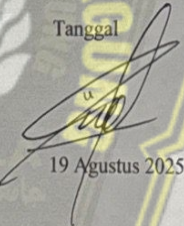
Ahdha Sabilla
30702100015

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan Penguji
guna memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal


Erni Agustina Setiowati, S.Psi., M.Psi.

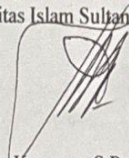

19 Agustus 2025

UNISSULA

جامعة السultan Agung الإسلامية
Semarang, 19 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung


Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
NIK. 210799001

PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Hubungan antara Citra Tubuh dengan Perilaku Menggunakan Beauty Filter pada Mahasiswi Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Ahdha Sabilla

30702100015

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada 28 Agustus 2025

Dewan Penguji

1. Dr. Laily Rahmah, S.Psi., M.Si., Psikolog
2. Retno Setyaningsih, S.Psi., M.Si.
3. Erni Agustina Setiowati, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Tanda Tangan

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 28 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA



Dr. Irena Kuncoro, S.Psi., M.Si

NIDN. 210799001

PERNYATAAN**PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya Ahdha Sabilla dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang sepengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
3. Jika terjadi terdapat hal-hal yang tidak sesuai pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 19 Agustus 2025

Yang Menyatakan,



Ahdha Sabilla
30702100015

MOTTO

“Sesungguhnya Aku telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya”

(QS. At-Tin: 4)

“Dan janganlah kamu iri terhadap apa yang Allah karuniakan kepada sebagian kamu lebih banyak dari sebagian yang lain”

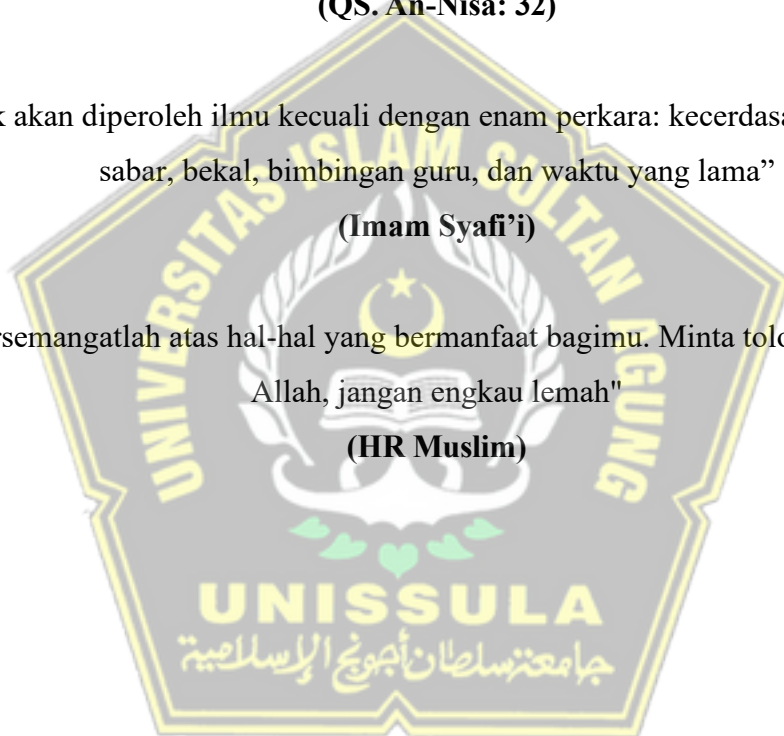
(QS. An-Nisa: 32)

“Tidak akan diperoleh ilmu kecuali dengan enam perkara: kecerdasan, semangat, sabar, bekal, bimbingan guru, dan waktu yang lama”

(Imam Syafi’i)

“Bersemangatlal atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah pada Allah, jangan engkau lemah”

(HR Muslim)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil-alamin, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dengan penuh rasa syukur, karya ini penulis persembahkan untuk Ayahanda tercinta, Agus Sholeh, dan Ibunda tersayang, Ibu Nurosifah, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan semangat yang tiada henti dalam setiap langkah penulis. Juga untuk adik tercinta, Faradina Adelia Sabilla, yang selalu menjadi sumber motivasi dan penyemangat.

Ucapan terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada Ibu Erni Agustina Setiowati, S.Psi., M.Psi., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing, memberikan ilmu, pengetahuan, masukan, nasihat, dan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Karya ini juga penulis persembahkan kepada almamater tercinta, Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang, yang telah menjadi tempat penulis menimba ilmu, membentuk karakter, dan memperoleh pengalaman berharga sebagai bekal di masa depan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, serta memberikan kelancaran dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik sesuai yang diharapkan. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Psikologi di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun berkat izin Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat melalui segala hambatan yang ada. Dukungan tersebut berupa bimbingan, dorongan, dan motivasi yang membuat penulis dapat tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan bangga dan rendah hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang sekaligus dosen wali penulis. Terima kasih atas dedikasi dalam proses akademik serta apresiasi dan motivasi yang diberikan kepada penulis untuk terus berprestasi.
2. Ibu Erni Agustina Setiowati, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, perhatian, meluangkan waktu, memberikan saran, dan membantu dalam penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran hingga dapat terselesaikan.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, selaku tenaga pengajar yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman berharga bagi penulis selama masa perkuliahan.
4. Kedua orang tua penulis, Abah Agus Sholeh dan Ibu Nurosifah, terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang, semangat, dan pengorbanan yang diberikan. Setiap pencapaian yang penulis raih, termasuk terselesaikannya skripsi ini, adalah buah dari restu dan doa kalian. Abah dan Ibu adalah motivasi terbesar bagi penulis untuk terus berusaha dan tidak

menyerah. Dalam setiap doa yang Abah dan Ibu ucapkan, penulis merasakan kekuatan untuk melangkah, keyakinan untuk mencoba, dan keberanian untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Kata terima kasih rasanya tidak akan pernah cukup untuk membalas semua kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan yang tiada henti kepada Abah dan Ibu.

5. Adik penulis, Faradina Adelia Sabilla, terima kasih atas dukungan, semangat, dan keceriaan yang selalu menguatkan penulis.
6. Sahabat penulis semasa kuliah, Anindhita Putri Sofana, terima kasih telah menjadi teman sekaligus saudara yang selalu hadir dalam suka dan duka, yang selalu mendukung tanpa henti, selalu menjadi pendengar yang baik, dan kata-kata penguat yang diberikan di saat penulis menghadapi kesulitan.
7. Teruntuk keluarga cepmek, Amida, Putri, Syahira, Abel, Anne, Sabil teman yang membersamai penulis sejak awal kali bertemu. Selalu mengisi hari-hari penulis dengan canda, tawa, dan momen lucu yang membuat perjalanan kuliah terasa menyenangkan.
8. Teruntuk teman-teman satu magang, Chilma, Riska, Afdilla, terima kasih telah memberikan pengalaman yang berkesan, dukungan, dan kerja sama yang baik.
9. Seluruh teman-teman kelas selama perkuliahan di UNISSULA, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, tawa, dan semangat yang kalian berikan di setiap langkah perjalanan studi ini.
10. Kepada diri saya sendiri, terima kasih telah berjuang sejauh ini, berusaha keras menyelesaikan studi, dan tidak menyerah meskipun banyak tantangan. Terima kasih karena tetap menjalani proses, bukan demi kesempurnaan, melainkan untuk sebuah pertumbuhan. Terima kasih karena tidak berhenti, meskipun perjalanan seringkali melelahkan. *It will pass*, kini dengan segala keterbatasan serta kejujuran akhirnya bisa sampai dititik ini, berdiri di antara akhir dan awal, menatap masa depan yang lebih kuat dan berani. Terima kasih sudah percaya, bahwa langkah kecil dapat membawamu sampai sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan perkembangan dalam ilmu pengetahuan psikologi.

Semarang, 19 Agustus 2025
Yang Menyatakan,

Ahdha Sabilla
30702100015



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Teoritis.....	12
2. Manfaat Praktis	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	13
1. Pengertian <i>Beauty Filter</i>	13
2. Fungsi <i>Beauty Filter</i>	14
3. Jenis-jenis <i>Beauty Filter</i>	15
4. Perilaku <i>Beauty Filter</i>	18
5. Aspek-Aspek Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	19
6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	20
B. Citra Tubuh	21

1. Pengertian Citra Tubuh	21
2. Dimensi Citra Tubuh	23
3. Jenis-jenis Citra Tubuh	24
C. Hubungan Antara Citra Tubuh dengan Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	25
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	29
B. Definisi Operasional	29
1. Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	29
2. Citra Tubuh	30
C. Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i>	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel	31
3. Teknik Pengambilan <i>Sampling</i>	31
D. Metode Pengumpulan Data.....	31
1. Skala Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	32
2. Skala Citra Tubuh	32
E. Validitas, Reliabilitas, dan Daya Beda Aitem	33
1. Validitas	33
2. Uji Daya Beda Aitem.....	33
3. Reliabilitas	34
F. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Orientasi Kancan dan Pelaksanaan Penelitian	36
1. Orientasi Kancan Penelitian.....	36
2. Persiapan Penelitian	37
B. Pelaksanaan Penelitian.....	48
C. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	48
1. Uji Asumsi	48
2. Uji Hipotesis	49

D.	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	50
1.	Deskripsi Data Skor Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	50
2.	Deskripsi Data Skor Citra Tubuh.....	51
E.	Pembahasan.....	53
F.	Kelemahan Penelitian	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		57
A.	Kesimpulan	57
B.	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		65



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rincian Data Jumlah Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung tahun 2025	30
Tabel 2. <i>Blueprint Perilaku Beauty Filter</i>	32
Tabel 3. <i>Blueprint Skala Citra Tubuh</i>	33
Tabel 4. Sebaran Aitem Skala Perilaku <i>Beauty Filter</i>	38
Tabel 5. Hasil <i>Translation CILAD</i>	39
Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Citra Tubuh.....	40
Tabel 7. Hasil <i>Translation CILAD</i>	41
Tabel 8. Data Mahasiswi Uji Coba Alat Ukur	44
Tabel 9. Sebaran Aitem Yang Memiliki Daya Beda Aitem Tinggi Skala Perilaku <i>Beauty Filter</i>	45
Tabel 10. Sebaran Aitem Yang Memiliki Daya Beda Aitem Tinggi Skala Citra Tubuh.....	46
Tabel 11. Sebaran Nomer Aitem Skala Perilaku <i>Beauty Filter</i>	46
Tabel 12. Sebaran Nomer Aitem Skala Citra Tubuh.....	47
Tabel 13. Data Mahasiswi Penelitian	48
Tabel 14. Norma Ktegorisasi Skor	50
Tabel 15. Deskripsi Skor Pada Skala Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	50
Tabel 16. Norma Skala Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	51
Tabel 17. Deskripsi Skor Pada Skala Citra Tubuh	52
Tabel 18. Norma Skala Citra Tubuh.....	52

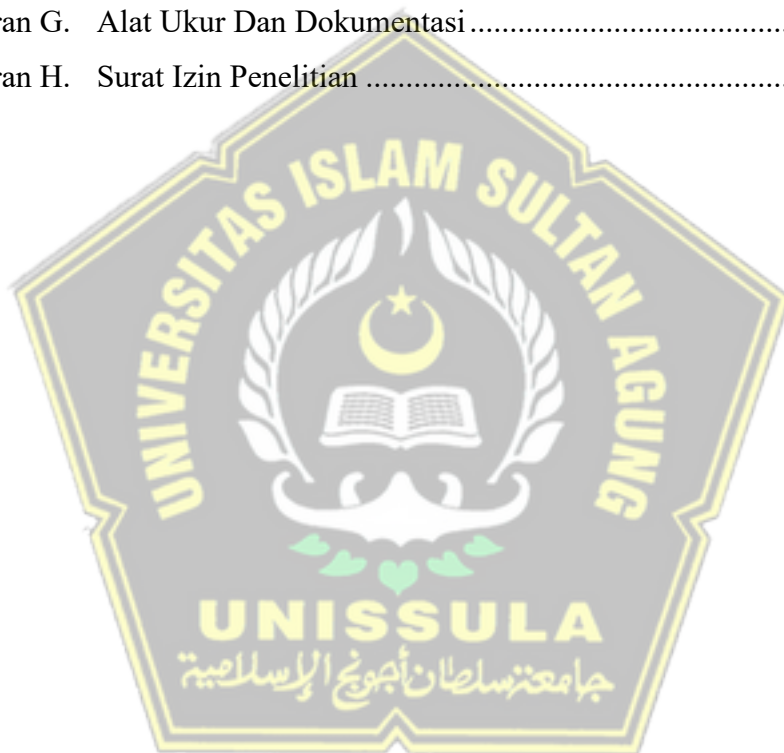
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Filter Pemancung Hidung.....	16
Gambar 2. Perbandingan wajah <i>unsmoothed</i> dan <i>smoothed</i>	16
Gambar 3. Contoh hasil foto tanpa <i>makeup</i> (kiri) menjadi tampak seperti memakai riasan (kanan)	17
Gambar 4. Filter Efek Kelinci	17
Gambar 5. Filter Pelangsing Tubuh	18
Gambar 7. Norma Kategorisasi Skala Perilaku Menggunakan <i>Beauty Filter</i>	51
Gambar 6. Norma Kategorisasi Skala Citra Tubuh	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.	Skala Uji Coba.....	66
Lampiran B.	Tabulasi Data Skala Uji Coba	76
Lampiran C.	Uji Daya Beda Aitem Dan Estimasi Reliabilitas Skala Uji Coba .	85
Lampiran D.	Skala Penelitian	90
Lampiran E.	Tabulasi Data Skala Penelitian	100
Lampiran F.	Analisis Data	111
Lampiran G.	Alat Ukur Dan Dokumentasi	113
Lampiran H.	Surat Izin Penelitian	118



**HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN PERILAKU
MENGUNAKAN BEAUTY FILTER PADA MAHASISWI
PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

Oleh:

Ahdha Sabilla

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email: ahdhasabilla@std.unissula.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara citra tubuh dengan perilaku menggunakan *beauty filter* pada mahasiswi fakultas psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi mahasiswi fakultas psikologi angkatan 2021, 2022, 2023, dan 2024. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *cluster random sampling* yang mendapatkan 147 responden. Penelitian ini menggunakan skala citra tubuh yang terdiri dari 23 aitem dengan *realibility* koefisien sebesar 0,878. Sedangkan skala perilaku menggunakan *beauty filter* terdiri dari 9 aitem dengan *realibility* koefisien sebesar 0,939. Hasil analisis korelasi $r = -0,236$ dengan signifikansi 0,004 ($< 0,05$) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara citra diri dengan perilaku menggunakan *beauty filter* pada mahasiswa Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Kata Kunci: Citra tubuh, Perilaku *Beauty Filter*

**RELATIONSHIP BETWEEN BODY IMAGE AND BEHAVIOR IN
USING BEAUTY FILTER AMONG FEMALE PSYCHOLOGY
STUDENTS IN SULTAN AGUNG ISLAM UNIVERSITY OF
SEMARANG**

By:

Ahdha Sabilla

Psychology Faculty Sultan Agung Islamic University

Email: ahdhasabilla@std.unissula.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between body image and beauty filter usage behavior. This study was conducted on female psychology students from Universitas Islam Sultan Agung Semarang. This study used a quantitative method to population of female psychology students from the 2021 to 2024 intakes. The sampling method used in this study was cluster random sampling which got 147 respondents. This study used a body image scale with a total of 23 items with reliability coefficient of 0.878. The Beauty Filter Usage Behavior scale consists of 9 items with a reliability coefficient of 0.939. The results of the Pearson correlation analysis showed a coefficient value of $r = -0.236$ with a significance level of 0.004 ($p < 0.05$) which indicates that there is a negative relationship between body image and beauty filter usage behavior Psychology students at Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Keyword: Body Image, Beauty Filter Usage Behavior

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial dan teknologi digital cukup pesat di kalangan masyarakat, khususnya bagi remaja atau perempuan dewasa. Salah satu fitur yang populer di berbagai platform digital yaitu *beauty filter*, yang digunakan untuk memperbaiki atau mengubah penampilan seseorang dalam gambar atau video sehingga dianggap lebih menarik. Penggunaan fitur tersebut kini dapat dilakukan dengan berbagai aplikasi penyunting wajah, seperti *FaceTune*. Perkembangan ini mendorong kehadiran fitur *beauty filter* yang tersedia di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Snapchat, dan TikTok.

Sejalan dengan penelitian yang diungkapkan oleh (Nabila & Hanim, 2024) bahwa salah satu filter yang saat ini sering digunakan adalah *beauty filter*, yaitu fitur pengubah warna dan cahaya yang kemudian dapat digunakan untuk berfoto *selfie* (swafoto dan swavideo), sehingga pengguna tidak perlu melakukan *touch up* atau mempercantik wajah terlebih dahulu agar terlihat lebih cantik atau menarik dan dianggap dapat menambah rasa percaya diri. (Xu dkk., 2023) juga mengungkapkan bahwa perilaku penggunaan *beauty filter* sering menimbulkan permasalahan karena adanya perbedaan keadaan fisik, yaitu antara fisik secara nyata dengan fisik secara ideal menurut individu.

Fenomena ini banyak terjadi pada individu berusia 18-25 tahun yang berada dalam tahap perkembangan yang disebut *emerging adulthood* atau dewasa awal menurut (Arnett, 2000). Pada fase ini, individu sedang dalam masa transisi antara remaja dan dewasa yang ditandai dengan karakteristik seperti eksplorasi identitas, ketidakstabilan dalam berbagai aspek kehidupan, serta kecenderungan untuk lebih fokus pada diri sendiri. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Linawati & Helmi, 2025), bahwa individu pada rentang usia 18-25 tahun berada pada fase dewasa awal yang memiliki keterlibatan tinggi dalam penggunaan media sosial dan ketertarikan besar terhadap penampilan fisik. Pada tahap ini, individu

sedang dalam proses eksplorasi identitas diri sehingga mudah terpengaruh oleh standar kecantikan yang ada.

Kelompok usia *emerging adulthood* cenderung memanfaatkan *beauty filter* untuk meningkatkan rasa percaya diri dan menampilkan citra tubuh yang sesuai dengan standar kecantikan di media sosial (Alyanissa dkk., 2023). Selain itu, menurut (Nabila & Hanim, 2024) perempuan pada kelompok usia 18-25 tahun juga memiliki ketertarikan lebih besar pada penampilan fisik karena meyakini bahwa memiliki tubuh yang ideal dapat membantu mendukung kehidupan sosial dan pekerjaan. Data dari (Millenia & Hidayat, 2025) menunjukkan bahwa terdapat 75% pengguna *beauty filter* di Indonesia dan mayoritas penggunaanya adalah kaum perempuan.

Penggunaan *beauty filter* memiliki hubungan yang kuat dengan persepsi tubuh seseorang. Mayoritas remaja yang memiliki citra tubuh negatif seringkali menghadapi masalah terkait warna kulit dan bentuk tubuh yang dinilai kurang ideal. Mahasiswi yang merasa kurang puas terhadap citra tubuhnya cenderung sering memakai *beauty filter* untuk menyamarkan kekurangan fisik dan menyesuaikan diri dengan standar sosial (Aini & Pratama, 2024).

Penggunaan *beauty filter* yang berlebihan juga dapat memengaruhi perilaku. Seseorang yang merasa tidak puas dengan citra tubuhnya biasanya lebih sering memakai *beauty filter* sebagai cara untuk menutupi kekurangan wajah dan fisik yang dirasakan. Maka, seseorang akan lebih sering memanfaatkan *beauty filter* yang dianggap dapat menutupi kekurangannya. Situasi ini dapat menumbuhkan adanya kebiasaan baru, yaitu kebiasaan mengubah penampilan sebelum terlihat di depan umum atau di media sosial, yang pada akhirnya semakin memperkuat validasi pada media sosial melalui penampilan fisik yang baik. Selain itu, penggunaan *beauty filter* secara berlebihan turut berkorelasi dengan munculnya perilaku maladaptif, antara lain penurunan tingkat kepercayaan diri, peningkatan kecemasan dalam interaksi sosial, serta penurunan kesejahteraan psikologis secara menyeluruh (Boursier dkk, 2020).

Aplikasi penyunting foto semakin populer setiap harinya. Bagi banyak individu, terutama wanita muda, mengubah penampilan dan menyembunyikan

ketidaksempurnaan sudah menjadi hal yang normal. Adanya Tekanan kecantikan tertentu pada masyarakat membuat wanita muda merasa harus memiliki penampilan yang dianggap cantik, seperti bibir yang indah, kulit halus, mata besar, garis rahang yang tegas, dan tulang pipi yang menonjol. Standar kecantikan yang tidak realistis ini menjadi salah satu alasan utama mengapa banyak wanita muda mengedit foto sebelum mengunggahnya di media sosial (Eshiet 2020).

Semakin maraknya perilaku penyuntingan foto untuk mempercantik penampilan seseorang di situs jejaring sosial (*Social Networking Sites* atau SNS), perhatian terhadap potensi risikonya pun semakin meningkat. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan perubahan dalam cara individu memandang dan mempresentasikan diri mereka, tetapi juga menyoroti dampak yang lebih dalam terhadap kesejahteraan psikologis, termasuk objektifikasi diri, perbandingan fisik, dan harga diri (Seekis dkk., 2020)

Menurut (Ozimek dkk, 2023), salah satu faktor utama yang mendorong seseorang untuk mengedit foto sebelum mengunggahnya di media sosial yaitu keinginan untuk menyesuaikan penampilan dengan standar kecantikan yang ada di masyarakat. Fenomena ini dikenal sebagai objektifikasi diri, di mana melihat tubuhnya sebagai objek yang harus diperbaiki atau ditingkatkan, sering kali menjadi pendorong utama dalam perilaku ini (Boursier & Gioia, 2022). Individu yang mengalami tingkat objektifikasi diri yang tinggi lebih memungkinkan untuk menyunting foto agar sesuai dengan kecantikan ideal yang ada sebelum diunggah di media sosial. Perbandingan penampilan fisik dengan orang lain juga menjadi faktor penting. Seseorang dapat membandingkan diri sendiri dengan orang lain secara terus-menerus, yang seringkali memicu ketidakpuasan terhadap penampilan. Untuk mengatasi perasaan ini, individu mungkin memilih untuk menyunting foto agar terlihat lebih menarik dan sesuai dengan standar yang mereka anggap ideal (Caso dkk, 2020).

Instagram dan Snapchat adalah dua platform dengan penggunaan filter paling tinggi, dengan Snapchat menjadi pionir dalam pengembangan *beauty filter*. Menurut laporan *Digital Information World* (2021), sekitar 293 juta pengguna aktif

harian pada kuartal kedua, yang menunjukkan peningkatan sekitar 23% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya.

Selanjutnya, pengguna *beauty filter* paling banyak ditemukan di kalangan remaja dan dewasa muda. Data dari *Pew Research Center* (2021) menunjukkan bahwa hampir 55% pengguna TikTok berusia antara 18 hingga 24 tahun. Di kalangan kelompok usia ini, penggunaan *beauty filter* sangat tinggi. Studi oleh Glamour (2022) menemukan bahwa perempuan lebih sering menggunakan *beauty filter* dibandingkan pria. Penggunaan filter kecantikan di kalangan perempuan dapat dikaitkan dengan upaya untuk mencapai standar kecantikan sosial yang lebih tinggi. Di beberapa platform seperti Instagram, 80-90% dari pengguna filter adalah perempuan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Khoerunnisa dkk., 2021), salah satu informan menjelaskan bahwa filter bukan hanya untuk mempercantik wajah, tetapi juga dapat mempengaruhi warna kulit, akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan diri. Penelitian oleh Maharani (2022) mengungkapkan bahwa motivasi utama penggunaan *beauty filter* adalah untuk meningkatkan kepercayaan diri dan memenuhi standar kecantikan yang ingin dirasakan. Motivasi ini berakar dari keinginan untuk menyelaraskan penampilan individu dengan standar kecantikan yang ideal menurut pandangan pribadi dan sosial masing-masing.

Pada platform media sosial, jumlah "*likes*" dan komentar positif sering dianggap sebagai ukuran status sosial. Beberapa wanita memanfaatkan filter untuk meningkatkan jumlah pengikut dan/atau "*likes*" yang diterima di media sosial. Banyaknya jumlah "*likes*" yang diperoleh seseorang dapat memengaruhi persepsi individu terhadap diri sendiri mengenai penampilan fisik (Eshiet, 2020). Fenomena ini berkaitan dengan kebutuhan dasar manusia untuk diterima dan dihargai dalam lingkungan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh (McLean, 2015) menunjukkan bahwa penggunaan filter kecantikan di media sosial memiliki kaitan yang kuat dengan rendahnya kepuasan diri dan tingginya membandingkan diri sendiri dengan individu lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan filter tidak hanya mengubah bagaimana individu dan melihat penampilan, tetapi juga

memengaruhi bagaimana individu melihat dan menilai diri sendiri. Adanya perasaan mengenai penampilan yang tidak sesuai dengan standar kecantikan dapat memicu rasa tidak aman dan ketidakpuasan terhadap tubuh masing-masing.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa sejumlah perempuan dengan citra tubuh tertentu memiliki tindakan untuk menggunakan *beauty filter* sebelum membagikan foto di media sosial. Individu tersebut menunjukkan perhatian yang tinggi terhadap penampilan fisik dan secara rutin menerapkan filter untuk memastikan foto yang dihasilkan tampak sempurna dan memuaskan. Tindakan ini tidak hanya membuat mereka merasa lebih percaya diri, tetapi juga membantu mencapai standar kecantikan yang diidamkan.

Untuk memperoleh data yang lebih beragam, peneliti melakukan wawancara terhadap sembilan mahasiswi dari 3 fakultas yang berbeda di Universitas Islam Sultan Agung, yaitu Fakultas Ilmu Keperawatan, Fakultas Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD), dan Fakultas Psikologi. Pemilihan informan dari berbagai fakultas ini bertujuan untuk memperkaya perspektif terkait penggunaan *beauty filter* di media sosial.

Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Juni 2025. Berikut kutipan wawancara dari 3 mahasiswi Fakultas Ilmu Keperawatan yang dihubungi oleh peneliti:

Subjek 1:

“Menurutku nih ya kak. Kamera HP tuh jahat, muka aku keliatan bulat banget jadi aku biasanya pake filter yang bisa nirusin pipi. Pernah coba post foto asli, tapi kurang puas. Aku takut orang bilang apa yang jelek-jelek tentang aku.” (F, 20 tahun)

Subjek 2:

“Aku insecure banget kak sama lengan aku. Ini bagian yang paling susah misal aku udah diet pun lengan tetep besar. Awalnya emang iseng sih coba-coba aja biar lenganku agak kecil. Kalau rasanya lenganku nggak terlalu terlihat besar di foto, aku upload aja tanpa edit. Tapi kalau kelihatan, aku edit biar lebih nyaman dilihat.” (A, 21 tahun)

Subjek 3:

“Aku dulu masih mikirin apa kata orang tau mba. Tapi setelahnya bodo amat aja hehe. Kadang aku pakai filter, kadang juga ngga. Sekarang aku lebih memilih foto yang natural dan tidak mengedit bagian tubuh juga. Yang penting, muka aku simetris jadi kalo diupload masih bagus.” (S, 20 tahun)

Selanjutnya, peneliti juga melakukan wawancara pada Juni 2025 dengan mahasiswi dari Fakultas Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD). Berikut adalah kutipan wawancara dari mahasiswi Fakultas PGSD yang dihubungi oleh peneliti:

Subjek 1:

“Jujur lebih suka foto yang natural tapi ya memang pas keadaan wajahku lagi cantik aja. Kalo lagi buluk mager foto hehe.” (S, 21 tahun)

Subjek 2:

“Aku tuh gak pede kalo muka aku kelihatan gelap di kamera. Kulit aku emang sawo matang, tapi di kamera bisa kelihatan kusam banget. Jadi aku biasa pake filter yang bisa mutihin kulit dan ngeratain warna gitu. Kalo tanpa filter, ya buat galeri pribadi aja paling.” (D, 20 tahun)

Subjek 3:

“Kak aku jarang mengedit foto karena rasanya wajah dan badan saya sudah bagus. Aku ambil posisi wajah sesuai angel biar simetris. Lalu juga menjaga badan, jadi kalau difoto hasilnya sudah oke tanpa perlu diedit.” (J, 22 tahun)

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan mahasiswi dari Fakultas Psikologi pada Juni 2025:

Subjek 1:

“Sejak saya masuk kuliah saya bingung mba, kenapa orang-orang tuh cantik banget ya. Saya nya jadi ngerasa insecure. Jadi biasanya mengedit foto sebelum diunggah ke Instagram. Bukan karena tidak suka dengan penampilan asli, tapi agar terlihat lebih rapi dan proporsional. Filter membantu menyamarkan jerawat dan warna kulit saya yang kusam. Saya merasa lebih percaya diri setelah diedit, dan senang saat foto tersebut mendapat pujian dari orang lain”. (A, 20 tahun)

Subjek 2:

“Saya pengen punya foto bagus yang diupload di instagram. Biar makin bagus jadi aku pake filter. Aku pake untuk mutihin kulit, nirusin pipi, bikin hidung keliatan kecil, sama nambahin efek glow. Itu bikin aku lebih pede karena hasilnya buat muka aku jadi cantik. Tapi ya kepikiran juga mba... kalo ketemu orang langsung terus mereka bilang, ‘loh kok beda’, rasanya takut” . (P, 21 tahun)

Subjek 3:

“Aku sudah terbiasa menggunakan filter saat selfie kak, karena wajah saya bulat dan kulit kelihatan kusam di kamera. Warna kulit saya juga gelap yang bikin saya kurang percaya diri. Maka dari itu, diedit fotonya biar lebih kurus dan cerahan kak hehe. Setelah mengunggahnya, aku merasa sedikit lebih baik, meskipun tahu itu bukan wajah saya yang sebenarnya.” (S, 21 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah mahasiswi dari berbagai fakultas, ditemukan bahwa sebagian besar perempuan melakukan penyuntingan foto sebelum membagikan di media sosial. Tindakan ini meliputi perubahan warna kulit, bentuk tubuh, dan fitur wajah agar sesuai dengan standar kecantikan yang ada seperti memperhalus kulit, membentuk tubuh agar lebih ramping, dan memutihkan warna kulit. Perilaku tersebut mencerminkan upaya individu menyesuaikan penampilan dengan norma sosial yang berlaku di lingkungan (Nabila & Hanim, 2024). Gejala yang muncul menegnai ketidakpuasan terhadap penampilan asli dapat berupa kebutuhan berulang untuk menyunting foto sebelum diunggah, serta rasa tidak percaya diri ketika menampilkan wajah asli tanpa filter.

Beberapa informan menyatakan bahwa merasa lebih percaya diri dan lebih puas dengan penampilan setelah mengunggah foto yang telah diedit, terutama ketika menerima respons positif seperti pujian atau banyak *likes*. Namun, terdapat pula informan yang merasa nyaman mengunggah foto tanpa banyak melakukan penyuntingan, terutama ketika merasa puas dengan penampilan diri.

Menurut (Aini, 2024) penggunaan *beauty filter* tidak selalu identik dengan individu yang memiliki citra tubuh negatif, karena ada pula pengguna dengan citra tubuh positif yang memanfaatkan filter untuk mempercantik tampilan visual. Namun, individu dengan tingkat harga diri yang lebih rendah sering merasa takut

dengan penilaian negatif dari orang lain, sehingga lebih sering menggunakan filter untuk menutupi kekurangan yang dirasakan (Lo Destro, 2024).

Dampak dari perilaku menggunakan *beauty filter* ini bersifat positif dan negatif. Menurut (Kukuh, 2025), secara positif penggunaan filter dapat membantu individu untuk mengekspresikan diri, meningkatkan rasa percaya diri, dan menampilkan kesan yang lebih menarik di media sosial. Penggunaan *beauty filter* juga menimbulkan dampak negatif. Meskipun filter bisa dianggap sebagai cara untuk mengekspresikan diri, penggunaan yang berlebihan cenderung mengurangi rasa percaya diri, khususnya terkait dengan penampilan fisik (Millenia & Hidayat, 2025). Selain itu, ketergantungan terhadap filter dalam jangka panjang dapat menyebabkan individu mengalami dismorfia tubuh ringan, yaitu ketidakpuasan berulang terhadap penampilan fisik (Mawardani dkk., 2023). Individu yang terus-menerus mengedit foto dapat mulai menginternalisasi citra ideal tersebut sebagai satu-satunya bentuk diri yang layak ditampilkan. Akibatnya, citra tubuh menjadi negatif karena tidak lagi mampu menerima atau menghargai tampilan fisik yang sebenarnya (Jannah dkk., 2023).

Penelitian menunjukkan bahwa perilaku penyuntingan foto memiliki hubungan negatif dengan daya tarik yang dirasakan sendiri dan harga diri, yang dimediasi oleh objektifikasi diri dan perbandingan penampilan fisik. Meskipun penyuntingan foto sering dilakukan untuk meningkatkan penampilan di media sosial, efek samping yang tidak diinginkan dapat muncul, seperti penurunan harga diri dan peningkatan ketidakpuasan terhadap tubuh (Yang dkk., 2020).

Ketidakpuasan terhadap tubuh merupakan salah satu indikator dari gangguan citra tubuh. Ketidakpuasan terhadap tubuh adalah kondisi di mana seseorang merasa tidak senang, gelisah, atau kurang nyaman dengan bentuk fisik dan penampilannya sendiri. Di era media sosial, seringkali individu melihat konten yang menampilkan tubuh ideal yang membuat lebih sering melakukan perbandingan, yang akhirnya memperbesar rasa ketidakpuasan terhadap tubuhnya (Azahra, 2024).

Penggunaan *beauty filter* memiliki keterkaitan dengan citra tubuh yang ingin ditonjolkan dari pengguna. Menurut Annastasia (dalam Ramanda, 2019) citra tubuh merupakan pengalaman psikologis yang berfokus pada sikap dan perasaan

individu terhadap kondisi fisik, dan citra tubuh ini tidak selalu mencerminkan keadaan tubuh yang sebenarnya. Apa yang dipikirkan dan dirasakan seseorang tentang tubuhnya mungkin tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya, melainkan lebih merupakan hasil dari penilaian subjektif.

Citra tubuh dapat diartikan sebagai sikap atau persepsi individu, baik yang disadari maupun tidak disadari, mengenai tubuhnya, termasuk persepsi terhadap ukuran, fungsi, penampilan, dan potensi tubuh baik di masa lalu maupun masa kini (Wahyu, 2016). Setiap individu memiliki gambaran ideal tentang diri mereka, termasuk bentuk tubuh yang diinginkan. Ketika individu membandingkan bentuk tubuh dengan gambaran ideal, hal tersebut dapat menimbulkan rasa ketidakpuasan terhadap tubuhnya.

Citra tubuh merupakan persepsi individu terhadap penampilan fisik mereka, yang mencakup bagaimana seseorang melihat, merasakan, dan menilai tubuhnya sendiri. Menurut (Grogan, 2016), citra tubuh adalah cara seseorang melihat dan merasakan bentuk serta ukuran tubuhnya, termasuk bagaimana pandangan individu lain terhadap tubuhnya. Citra tubuh dapat bersifat positif maupun negatif. Citra tubuh yang positif dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kesejahteraan mental, sedangkan citra tubuh yang negatif sering kali berhubungan dengan masalah psikologis, seperti kecemasan, depresi, dan gangguan makan.

Individu seharusnya memiliki citra tubuh yang positif agar dapat menerima diri sendiri dengan sepenuhnya. Hal ini membantu menghindari rasa takut dan kekhawatiran terkait standar bentuk tubuh yang sering kali dijunjung tinggi oleh masyarakat. Namun, kenyataannya tidak semua individu terutama perempuan, memiliki pandangan positif tentang tubuh. Banyak di antaranya yang merasa kurang percaya diri dan tidak nyaman dengan penampilan fisik. Menurut (Shendkk., 2022) komentar dan perbandingan fisik dari teman sebaya berkontribusi besar terhadap citra tubuh negatif pada perempuan.

Individu yang menggunakan platform media sosial lebih sering membandingkan diri sendiri dengan orang lain, yang dapat memperburuk persepsi negatif terhadap tubuh. Hal ini menunjukkan bahwa citra tubuh ideal dapat mempengaruhi persepsi tubuh, terutama pada kelompok remaja dan wanita muda.

Berlaku pada mahasiswi yang sedang berada dalam tahap perkembangan identitas diri. Ketidakpuasan terhadap tubuh dapat berdampak negatif pada kesejahteraan psikologis. Berdasarkan survei yang telah dilakukan peneliti, mahasiswa yang memiliki citra tubuh yang positif lebih mampu menghadapi tekanan sosial dan merasa lebih nyaman dengan diri sendiri. Sebaliknya, mahasiswa yang merasa tidak puas dengan tubuh sering kali mengalami kesulitan dalam berinteraksi sosial dan dapat mengalami dampak negatif pada kesehatan mental mereka.

Meskipun terdapat beberapa penelitian yang mengkaji pengaruh media sosial dan kecantikan digital terhadap citra tubuh, penelitian yang secara spesifik mengukur pengaruh penggunaan *beauty filter* pada mahasiswi, khususnya di Indonesia, masih terbatas. Sebagian besar penelitian yang ada lebih berfokus pada pengaruh media sosial secara umum atau pada remaja dan wanita dewasa di luar konteks akademik. Penelitian yang mengkaji hubungan antara penggunaan *beauty filter* dan citra tubuh di kalangan mahasiswa psikologi sangat sedikit, meskipun mahasiswi psikologi memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep diri dan citra tubuh. Hal ini mengindikasikan adanya kekurangan dalam penelitian yang harus dilengkapi agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena tersebut (Setiawan dkk., 2025).

Mahasiswi psikologi cenderung lebih sadar akan pengaruh sosial dan psikologis yang ditimbulkan oleh media sosial, tetapi belum banyak penelitian yang mengaitkan pengetahuan tersebut dengan perilaku mahasiswi di media sosial. Sebagian besar penelitian yang ada mengenai pengaruh *beauty filter* dan citra tubuh dilakukan di negara-negara Barat, berfokus pada sampel yang lebih umum dan tidak spesifik pada konteks Indonesia. Standar kecantikan yang dipromosikan di media sosial di Indonesia dapat berbeda dengan di negara Barat, mengingat adanya norma budaya dan sosial yang berbeda. Belum banyak penelitian yang menggali bagaimana *beauty filter* mempengaruhi persepsi citra tubuh di Indonesia, khususnya di kalangan mahasiswa yang terpapar pada berbagai platform media sosial. Temuan tersebut menunjukkan bahwa banyak mahasiswi merasa terdorong untuk mengedit foto sebelum membagikannya di media sosial, terutama untuk memenuhi standar kecantikan yang berlaku. Biasanya hal ini disebabkan karena

wanita dengan penampilan fisik yang menarik cenderung mendapatkan perlakuan yang lebih baik dan penghormatan lebih, sementara wanita yang penampilannya kurang menarik sering kali diperlakukan biasa saja atau bahkan kurang mendapatkan simpati (Jannah dkk, 2023). Maka, pendapat tersebut mencerminkan tekanan sosial yang dihadapi oleh perempuan, khususnya individu yang memiliki tubuh lebih besar atau kulit lebih gelap, untuk menyesuaikan penampilan mereka dengan citra tubuh ideal yang sering dipromosikan di platform media sosial. Meskipun menyadari bahwa foto yang diedit tidak sepenuhnya mencerminkan individu yang sebenarnya, respon positif dari lingkungan sosial, seperti pujian dan *likes*, memberikan dorongan untuk terus melakukan penyuntingan tersebut.

Media sosial sering kali menampilkan citra tubuh ideal yang ditentukan oleh standar kecantikan yang berkembang dalam masyarakat, yang cenderung seragam tidak realistis. Tingginya standar kecantikan dan tekanan dari lingkungan sekitar menyebabkan seseorang secara tidak langsung menilai dan membandingkan bentuk tubuhnya (Prameswari, 2020). Semakin banyaknya pengguna yang ingin menampilkan citra tubuh secara sempurna terutama mahasiswa, hal ini dapat mendorong perbandingan sosial yang merugikan, di mana individu merasa tertekan untuk memiliki penampilan serupa. (Atiqah dkk., 2025) pengungkapan terus-menerus terhadap gambaran tubuh ideal menyebabkan individu melakukan perbandingan sosial ke atas, yaitu membandingkan dirinya dengan standar yang dianggap lebih unggul dari dirinya sendiri.

Temuan ini menunjukkan adanya pengaruh dari penggunaan *beauty filter* terhadap citra tubuh perempuan. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti memutuskan untuk memfokuskan penelitian lebih lanjut pada mahasiswi Fakultas Psikologi, mengingat informan dari fakultas ini menunjukkan pengalaman yang lebih beragam terkait ketidakpuasan terhadap tubuh dan perilaku menyuntingan foto sebagai bagian dari perilaku dalam menampilkan diri di media sosial.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini, yaitu: Apakah ada hubungan antara citra tubuh dengan perilaku menggunakan *beauty filter*.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan antara citra tubuh dengan perilaku menggunakan *beauty filter*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan terutama dalam bidang psikologi serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pengetahuan yang berkaitan dengan hubungan antara citra tubuh dengan perilaku menggunakan *beauty filter* pada mahasiswi dalam memahami faktor yang memengaruhi persepsi terhadap penampilan, yang dapat menunjang bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*

1. Pengertian *Beauty Filter*

Beauty filter merupakan teknologi *augmented reality* (AR) yang digunakan secara real-time pada wajah dalam foto atau video memungkinkan penggunaan filter kecantikan untuk secara otomatis mengubah aspek fisik wajah seperti kulit, mata, hidung, pipi, dan tekstur wajah untuk menghasilkan tampilan yang dianggap lebih sesuai dengan standar kecantikan digital modern (Isakowitsch, 2023). Teknologi ini pertama kali dikembangkan oleh startup Looksery pada tahun 2013 dan kemudian diakuisisi oleh Snapchat pada tahun 2015 sebagai dasar dari fitur *Snapchat Lenses* (Constine, 2015).

Menurut (Fauzi dkk., 2023) *beauty filter* merupakan fitur pengubah warna dan cahaya yang dapat digunakan saat mengambil foto selfie atau swavideo, sehingga pengguna tidak perlu lagi melakukan *touch up* untuk tampil cantik dan menawan. Kemudian, *beauty filter* berperan dalam membentuk persepsi kecantikan ideal melalui proses digital yang menyesuaikan wajah pengguna dengan standar yang cenderung *Euro-sentris* dan tidak inklusif terhadap keragaman bentuk wajah asli (Gulati dkk., 2024).

Sementara itu, (Millenia & Hidayat, 2025) menyatakan bahwa di Indonesia, *beauty filter* digunakan sebagai alat untuk menutupi kekurangan fisik dan menciptakan rasa percaya diri instan, meskipun berdampak pada munculnya ketidakpuasan terhadap penampilan nyata.

Menurut kajian teori diatas, dapat disimpulkan bahwa *beauty filter* merupakan teknologi berbasis *augmented reality* (AR) yang secara real-time mengubah tampilan wajah pengguna dalam foto maupun video dengan tujuan menyesuaikannya pada standar estetika digital yang dianggap ideal. Teknologi ini tidak hanya merepresentasikan perkembangan dalam bidang visual dan media sosial, tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi individu terhadap diri mereka sendiri dan orang lain.

Secara teknis, *beauty filter* memodifikasi elemen wajah seperti warna kulit, ukuran mata, bentuk hidung, serta tekstur wajah dan telah menjadi fitur umum.

2. Fungsi *Beauty Filter*

Beauty filter memiliki sejumlah fungsi yang berkaitan dengan ekspresi diri, identitas sosial, serta respon terhadap tekanan sosial. Fungsi-fungsi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Alat bantu estetika dan modifikasi wajah

Fungsi dari *beauty filter* adalah sebagai teknologi estetika digital yang dapat pengguna memodifikasi tampilan wajah secara langsung agar sesuai dengan standar kecantikan populer seperti kulit cerah, hidung ramping, dan wajah tirus (Isakowitsch, 2023).

b. Media ekspresi diri dan penguatan identitas visual

Beauty filter memiliki fungsi sebagai media ekspresi dan presentasi diri yang memungkinkan perempuan menampilkan versi diri yang dianggap ideal di ruang publik digital tanpa harus melakukan prosedur estetika yang mahal atau permanen (Fauzi dkk., 2023). Selain itu, individu memegang kendali yang lebih besar atas apa yang ditampilkan di Instagram dan Tiktok yang menjadi sosmed untuk saling berinteraksi (Millenia & Hidayat, 2025).

c. Mekanisme coping terhadap tekanan sosial dan *face shaming*

Penggunaan *beauty filter* di media sosial berfungsi sebagai strategi coping untuk mengurangi stres mengenai penampilan dan menghindari pernyataan negatif dari orang lain, termasuk bentuk *face shaming* atau komentar merendahkan wajah yang tidak sesuai dengan standar kecantikan (Habib dkk., 2022). *Face shaming* merupakan praktik mengomentari atau menghina kondisi wajah seseorang, seperti wajah berjerawat, hidung pesek, atau pipi tembam (Firdaus dkk., 2023)

Menurut (Gulati dkk., 2024) *beauty filter* menjadi pelindung yang membantu perempuan menghadapi kecemasan sosial akibat tekanan

tersebut, meskipun dalam jangka panjang dapat menimbulkan efek sebaliknya, yaitu ketergantungan terhadap citra diri dan meningkatnya ketidakpuasan terhadap wajah asli.

d. Penguatan *self-esteem*

Penggunaan *beauty filter* dapat meningkatkan *self-esteem*, yaitu rasa percaya diri seseorang yang muncul ketika merasa penampilannya lebih sesuai dengan standar kecantikan di media sosial (Millenia & Hidayat, 2025). Selain itu, dapat memperkuat persepsi positif terhadap diri sendiri dan mengurangi rasa cemas akibat tekanan sosial serta perbandingan dengan orang lain di media sosial, meskipun efeknya lebih bersifat situasional daripada perubahan harga diri yang mendasar.

e. Kemudahan Teknologi AR

Ketersediaan teknologi AR pada platform media sosial telah membuat penggunaan *beauty filter* menjadi semakin mudah, cepat, dan instan, sehingga dapat diakses tanpa memerlukan keahlian teknis khusus (Rani & Pramono, 2024).

3. Jenis-jenis *Beauty Filter*

Jenis-jenis *beauty filter* yang umum digunakan dalam media sosial, antara lain sebagai berikut :

a. Filter modifikasi bentuk wajah (*Feature Reshaping*)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Benamor dkk., 2024) salah satu contoh *beauty filter* yaitu filter modifikasi bentuk wajah. Dalam hal ini mengubah proporsi wajah seperti memperbesar mata, mengubah bentuk bibir, atau memuncungkan hidung.



Gambar 1. Filter Pemancung Hidung
Sumber: Dokumentasi peneliti, 2025

b. Filter Penghalus Kulit (*Skin Smoothing*)

Filter penghalus kulit diterapkan dengan menggunakan *Gaussian blur* pada area kulit wajah untuk mengurangi tampilan noda (*blemish*) dan ketidakteraturan tekstur kulit, sehingga menghasilkan kesan kulit yang tampak lebih rata (Jaeger dkk., 2018).



Gambar 2. Perbandingan wajah *unsmoothed* dan *smoothed*
Sumber: (Jaeger dkk., 2018)

c. Filter Riasan Wajah (*Virtual Makeup Filter*)

Jenis lain yang juga banyak digunakan adalah *virtual makeup filter*. Menurut (Liu dkk., 2016) sistem dapat menghasilkan wajah setelah *makeup* (*after makeup*) dari wajah polos (*before makeup*) dengan cara mentransfer atribut *makeup* seperti *foundation*, *eye shadow*, dan *lip gloss*.



Gambar 3. Contoh hasil foto tanpa *makeup* (kiri) menjadi tampak seperti memakai riasan (kanan)
Sumber: findingjulianne.com (2023)

d. Filter Karakter (*Creative AR filters*)

Terdapat filter lain yaitu *creative AR filters* seperti telinga kelinci dan kumis kucing. Filter ini digunakan untuk hiburan dan interaksi di media sosial (Yoneyama dkk., 2025)



Gambar 4. Filter Efek Kelinci
Sumber: Perfectcorp.com (2025)

e. Filter Pengubah Bentuk Tubuh (*Body Reshaping Filters*)

Filter pengubah bentuk tubuh adalah jenis *beauty filter* yang digunakan untuk melangsingkan tubuh atau mengubah fisik sesuai dengan standar kecantikan (Schroder dan Morawitz, 2025).



Gambar 5. Filter Pelangsing Tubuh
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis *beauty filter* pada platform media sosial tidak hanya digunakan untuk mempercantik penampilan, tetapi juga sebagai bentuk personalisasi, dan ekspresi identitas digital, serta upaya menyesuaikan wajah dan tubuh dengan standar kecantikan tertentu melalui fitur seperti filter wajah dan *body reshaping filters*.

4. Perilaku *Beauty Filter*

Schunk (2012) menjelaskan bahwa perilaku merupakan interaksi akibat stimulus dan respon yang berasal dari pengalaman serta lingkungan. Sedangkan Ormrod (2014) menjelaskan bahwa perilaku adalah suatu pendekatan dalam psikologi yang berfokus pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam situasi tertentu, di mana perilaku tersebut dipengaruhi oleh lingkungan. Secara sederhana, perilaku berasal dari kegiatan belajar manusia yang dihasilkan dari interaksi lingkungan.

Adapun perilaku menurut Hargenhahn & Olson (2008) menjelaskan bahwa perilaku manusia sebagian besar diatur oleh dirinya sendiri. teori tersebut juga menjelaskan *self-regulated learning* yaitu suatu proses yang membantu individu dalam mengelola pikiran, perasaan, dan perilaku sehingga tujuannya dapat tercapai.

(Skinner, 1953) menyatakan bahwa perilaku memiliki beberapa karakteristik, yaitu *observable* (dapat diamati), *learned* (dapat dipelajari), *environmentally driven* (dipengaruhi oleh stimulus lingkungan), serta *goal-*

oriented (berorientasi pada tujuan). Karakteristik tersebut tampak jelas pada kebiasaan pengguna media sosial menggunakan *beauty filter*. Perilaku sering muncul karena dorongan eksternal, seperti komentar negatif, tekanan standar kecantikan, atau tren visual yang berkembang di platform seperti Instagram dan TikTok, serta keinginan untuk memperoleh validasi sosial seperti *likes* dan komentar positif (Hunaifi, 2023). Selain itu, tindakan ini menunjukkan bahwa perilaku menggunakan *beauty filter* terbentuk melalui pengamatan, pembelajaran sosial, serta motivasi untuk mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan rasa percaya diri, mendapatkan validasi sosial, atau menutupi bagian wajah yang dianggap kurang ideal (Nabila & Hanim, 2024).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku *beauty filter* merupakan suatu tindakan yang berasal dari stimulus dan respon yang diatur oleh individu, di mana tindakan tersebut terbentuk dari interaksi yang terjadi pada lingkungannya, di mana perilaku tersebut bertujuan untuk mencapai tujuannya, seperti meningkatkan rasa percaya diri, mendapatkan validasi sosial, atau menyamarkan bagian wajah yang dianggap kurang ideal.

5. Aspek-Aspek Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*

Menurut Baron dan Byrne (2005), perilaku melibatkan tiga aspek utama, yaitu:

- a. Aspek kognitif berkaitan dengan keyakinan, pandangan, atau penilaian individu terhadap situasi

Dalam konteks penggunaan *beauty filter*, aspek kognitif berkaitan pada individu meyakini bahwa wajah yang tampak lebih menarik setelah diunting akan meningkatkan penerimaan sosial dan rasa percaya diri (Ozimek dkk., 2023).

- b. Aspek afektif merujuk pada perasaan atau emosi yang menyertai keyakinan

Pada aspek afektif, muncul perasaan seperti malu atau kurang percaya diri terhadap wajah asli, namun merasa puas dan senang setelah menggunakan filter (Chae, 2017).

- c. Aspek konatif mengarah pada kecenderungan untuk bertindak atau perilaku sebagai wujud manifestasi dari pikiran dan perasaan

Pada aspek konatif, tercermin dalam tindakan nyata seperti memilih filter tertentu, menyunting tampilan wajah, dan mengunggah foto ke media sosial (Mc Lean dkk., 2015). Tindakan ini merupakan bentuk aktualisasi dari persepsi dan emosi terhadap penampilan, yang seringkali dilakukan untuk memperoleh validasi social (Jarman, dkk 2021).

Sementara menurut (Mc Lean dkk., 2015) terdapat dua aspek perilaku, sebagai berikut:

a. *Photo Investment*

Aspek ini mencakup sejauh mana individu peduli dan meluangkan waktu untuk memilih, menyiapkan, serta memperhatikan detail foto sebelum mengunggah di media sosial.

b. *Photo Manipulation*

Aspek ini meliputi sejauh mana individu melakukan penyuntingan atau perubahan pada foto demi menampilkan citra diri yang dianggap lebih menarik atau sesuai dengan standar kecantikan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku menggunakan *beauty filter* mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif, yakni keyakinan bahwa penampilan menarik meningkatkan penerimaan sosial, perasaan malu atau puas terhadap hasil filter, serta tindakan memilih dan mengunggah foto ke media sosial. Selain itu, terdapat pula aspek *photo investment* dan *photo manipulation* sebagai bentuk pengelolaan citra diri di media sosial.

6. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menggunakan *Beauty Filter***

Menurut (Ozimek dkk., 2023), terdapat empat faktor yang mempengaruhi kecenderungan individu dalam menggunakan *beauty filter*, yaitu:

a. *Self-Objectification* (Objektifikasi Diri)

Objektifikasi diri mengacu pada individu untuk menilai tubuhnya dari sudut pandang individu lain. Semakin sering individu melakukan sebuah penyuntingan foto, semakin tinggi tingkat objektifikasi dirinya. Artinya, individu memandang tubuhnya sebagai objek visual yang perlu diperbaiki agar sesuai dengan standar kecantikan yang berlaku.

b. *Physical Appearance Comparison* (Perbandingan Penampilan Fisik)

Faktor ini merujuk pada kebiasaan individu membandingkan penampilan dirinya dengan individu lain yang dianggap menarik. Perbandingan ini terjadi di media sosial dan menjadi salah satu individu menggunakan *beauty filter*, sebagai upaya untuk menyesuaikan diri dengan citra fisik yang dianggap ideal.

c. *Self-Perceived Attractiveness* (Persepsi terhadap Daya Tarik Diri)

Persepsi daya tarik diri merupakan penilaian subjektif individu terhadap seberapa menarik dirinya secara fisik. Ketika individu merasa bahwa penampilannya kurang menarik, maka individu menggunakan *beauty filter* atau melakukan penyuntingan foto secara berlebihan sebagai cara untuk meningkatkan diri secara visual.

d. *Self-Esteem* (Harga Diri)

Harga diri mencerminkan sejauh mana individu menilai dirinya secara positif atau negatif. Ketika individu merasa dirinya kurang menarik secara fisik, hal tersebut berdampak pada penurunan harga diri.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan *beauty filter* yaitu objektifikasi diri, perbandingan penampilan fisik, persepsi terhadap daya tarik diri, dan harga diri. Individu merasa terdorong untuk menyunting penampilannya di media sosial, tidak hanya untuk memenuhi standar kecantikan, tetapi juga sebagai bentuk regulasi terhadap citra diri dan penerimaan sosial.

B. Citra Tubuh

1. Pengertian Citra Tubuh

Istilah *body image* atau citra tubuh pertama kali dipopulerkan oleh Paul Schilder, seorang psikiater dan neurolog asal Austria, melalui bukunya yang berjudul *The Image and Appearance of the Human Body* pada tahun 1935. (Schilder, 1935) mendefinisikan bahwa *body image* atau citra tubuh merupakan gambaran mental yang diciptakan oleh seseorang tentang tubuhnya sendiri, yang mencakup bagaimana tubuh tersebut dilihat dan dirasakan secara subjektif.

(Cash, 2002) menjelaskan bahwa citra tubuh adalah persepsi seseorang atau orang lain terhadap bentuk dan ukuran tubuh. Persepsi ini didasarkan pada pemikiran dan perasaan individu, yang dapat menyebabkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap tubuh. Menurut (Ramanda, 2019), citra tubuh mencakup evaluasi kognitif dan emosional individu terhadap tubuhnya, yang sering kali dipengaruhi oleh standar sosial dan budaya yang berlaku. Citra tubuh berkaitan erat dengan bagaimana seseorang berpikir, merasa, dan bertindak terhadap tubuhnya, yang secara kuat dipengaruhi oleh norma-norma sosial, media, serta harapan terkait gender dan kecantikan (Grogan, 2016). Selanjutnya, citra tubuh adalah persepsi seseorang tentang bentuk tubuhnya sesuai dengan cara orang lain melihatnya. Akibatnya, seseorang berusaha merubah semua penampilan fisiknya untuk menjadi orang lain dan mencapai citra tubuh yang diinginkan (Ifdil dkk., 2017).

Menurut (Lionita dkk., 2021) citra tubuh dipahami sebagai penilaian individu terhadap bentuk, ukuran, dan penampilan tubuhnya, yang dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, tekanan sosial, serta standar kecantikan di masyarakat.

Cash dan Pruzinky (2002) juga menguraikan citra tubuh sebagai cara individu memahami, dan menilai tubuhnya sendiri, baik dari segi bentuk maupun fungsinya. Citra tubuh juga dianggap sebagai komponen penting dari gambaran diri karena menentukan bagaimana seseorang melihat dan merepresentasikan dirinya. Oleh karena itu, citra tubuh memengaruhi identitas seseorang secara signifikan, dan juga dapat memengaruhi kesehatan mental, kepercayaan diri, dan hubungan sosial individu.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa citra tubuh dapat dipahami sebagai gambaran mental individu mengenai bentuk dan penampilan tubuhnya, yang terbentuk dari pikiran dan perasaan terhadap diri sendiri, serta dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan fisik.

2. Dimensi Citra Tubuh

Menurut (Swami dkk., 2019) terdapat lima dimensi citra tubuh, yaitu:

a. *Appearance evaluation* (Evaluasi Penampilan)

Evaluasi penampilan yaitu mengukur penampilan keseluruhan tubuh, apakah menarik atau tidak menarik serta memuaskan atau belum memuaskan.

b. *Appearance orientation* (Orientasi Penampilan)

Orientasi penampilan yaitu perhatian individu terhadap penampilan dirinya dan usaha yang dilakukan untuk memperbaiki dan meningkatkan penampilan diri.

c. *Body area satisfaction* (Kepuasan terhadap Bagian Tubuh)

Kepuasan terhadap bagian tubuh, yaitu mengukur kepuasan individu terhadap bagian tubuh secara spesifik, wajah, tubuh bagian atas (dada, bahu lengan), tubuh bagian tengah (pinggang, perut), tubuh bagian bawah (pinggul, paha, pantat, kaki), serta bagian tubuh secara keseluruhan.

d. *Overweight preoccupation* (Kecemasan Menjadi Gemuk)

Kecemasan menjadi gemuk yaitu mengukur kewaspadaan individu terhadap berat badan, kecenderungan untuk melakukan diet, dan membatasi pola makan

e. *Self-classified weight* (Pengategorian Ukuran Tubuh)

Pengategorian ukuran tubuh, yaitu mengukur bagaimana individu menilai berat badannya, dari sangat kurus sampai gemuk.

Selain itu, terdapat empat dimensi lain menurut Rice 2008 (dalam Sari, 2007) sebagai berikut:

a. *Physical Attractiveness* (Daya Tarik Fisik)

Daya tarik fisik dan *body image* dapat memengaruhi evaluasi diri yang positif, popularitas, serta penerimaan dari teman sebaya pada remaja.

b. *Body Type* (Bentuk Tubuh)

Menurut Rice (1990), bentuk tubuh dibagi menjadi tiga:

1. Ectomorph: tubuh cenderung tinggi, kurus, langsing, dengan struktur tulang yang besar dan menonjol.
2. Endomorph: tubuh pendek, bulat, tebal, berlemak, gemuk, dan besar.
3. Mesomorph: gabungan ectomorph dan endomorph, cirinya lebih kekar, kuat, berotot dengan bahu lebar dan lengan panjang

c. Berat Badan

Berkaitan dengan keadaan penampilan fisik yang dinilai pantas atau tidak berdasarkan berat badan. Remaja sering kali khawatir jika memiliki berat badan berlebih (obesitas).

d. Norma Perkembangan Fisik Remaja

Mengacu pada usia kematangan. Remaja yang matang lebih cepat biasanya akan menyesuaikan diri dengan baik, sedangkan yang mengalami keterlambatan bisa merasa kurang diterima.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek citra tubuh terdiri dari lima dimensi yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh. Selain itu, terdapat dimensi daya tarik fisik, bentuk tubuh, berat badan, dan norma perkembangan fisik remaja.

3. Jenis-jenis Citra Tubuh

a. Citra Tubuh Positif

Citra tubuh positif merupakan penerimaan dan penghargaan individu terhadap tubuhnya, baik dari segi penampilan maupun fungsinya (Tylka & Wood Barcalow, 2015). Individu yang memiliki citra tubuh positif menunjukkan apresiasi terhadap tubuhnya, tidak hanya karena

penampilan, tetapi juga atas apa yang dapat dilakukan tubuh tersebut, seperti bergerak, berpikir, dan bernafas (Alleva dkk., 2017)

Selain itu, individu dengan citra tubuh positif memiliki ketahanan lebih tinggi terhadap tekanan sosial mengenai bentuk tubuh, karena lebih dapat menghargai keunikan dirinya sendiri (Andrew dkk., 2016).

b. Citra Tubuh Negatif

Menurut (Prima & Sari, 2013) citra tubuh negatif adalah ketidakpuasan individu terhadap bentuk tubuh dan munculnya persepsi negatif terhadap penampilan fisik. Individu yang memiliki citra tubuh negatif sering kali mengalami ketidaksesuaian antara persepsi tubuhnya dengan kenyataan, seperti merasa dirinya gemuk (Grogan, 2016).

Individu dengan citra tubuh negatif sering menunjukkan perilaku kompensasi terhadap ketidakpuasan tubuh, seperti memeriksa diri secara berulang, menghindari cermin, menggunakan pakaian untuk menyamarkan bentuk tubuh, serta menarik diri dari interaksi sosial, diet ekstrem, menghindari cermin, atau menarik diri dari interaksi sosial (Cash & Smolak, 2011).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa citra tubuh terbagi menjadi dua jenis, yaitu citra tubuh positif dan citra tubuh negatif. Individu dengan citra tubuh positif dapat menerima dan menghargai tubuhnya apa adanya, sehingga memiliki kesejahteraan psikologis yang lebih baik. Selanjutnya, citra tubuh negatif berkaitan dengan dengan ketidakpuasan tubuh yang dapat memicu perilaku kompensasi seperti menghindari cermin atau menarik diri dari lingkungan.

C. Hubungan Antara Citra Tubuh dengan Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*

Pada penelitian ini, variabel dependen yang keberadaannya dipengaruhi oleh faktor lain adalah perilaku menggunakan *beauty filter*, yaitu perilaku yang muncul sebagai bentuk penyesuaian diri terhadap tekanan sosial dan standar kecantikan

yang berkembang di media sosial. Kehadiran media sosial mempermudah individu untuk mengunggah foto dan video, namun juga menghadirkan tuntutan yang sempurna untuk mendapatkan pengakuan sosial (Perloff, 2014). Salah satu faktor yang berperan penting dalam perilaku ini adalah citra tubuh, yaitu evaluasi subjektif individu terhadap bentuk, ukuran, dan penampilan fisik (Cash, 2002).

Menurut Wulandari (Wulandari dkk., 2024) perilaku penggunaan filter bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri dan harga diri yang membuat individu merasa lebih menarik dan percaya diri dimana hal tersebut menunjukkan bahwa individu dengan citra diri negatif akan keliru dalam mengenal keadaan diri dan memperlakukan dirinya, sedangkan individu dengan citra diri yang tinggi atau positif akan memperlakukan dirinya dengan keadaan diri yang sejati atau secara nyata. Hal tersebut disebabkan, Individu yang memiliki citra tubuh positif umumnya lebih mampu menerima penampilan diri aslinya tanpa merasa perlu menyunting foto secara berlebihan (Perloff, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh (Fitriani & Purnomo, 2023) terdapat subjek yang mengaku tidak percaya diri dan memilih untuk menggunakan filter wajah dalam menggunakan sosial media karena perasaan tidak puas mengenai tubuhnya dan sering membandingkan fisiknya dengan orang lain. Hal tersebut disebabkan, ketika individu memiliki gambaran yang buruk mengenai dirinya, maka terdapat kemungkinan besar bahwa individu tersebut tidak puas akan dirinya. Sehingga dapat dipahami bahwa, ketika individu memiliki gambaran negatif mengenai dirinya, maka hal tersebut membuat individu merasa tidak puas dan tidak percaya akan dirinya yang membuat individu memilih untuk menggunakan filter kecantikan dalam penggunaan media sosial.

Teori perbandingan sosial oleh Festinger 1954 (dalam Fakhri, 2017) menyatakan bahwa individu termotivasi untuk melakukan perbandingan dengan individu lain, baik yang bersifat spesifik maupun umum, sebagai upaya untuk memahamidan mengevaluasi kondisi sosial inidivitu itu sendiri. Tekanan ini diperkuat oleh budaya populer yang menetapkan standar kecantikan, seperti kulit putih, wajah tirus, mata besar sebagai simbol kecantikan (Renaningtyas, 2017). Selain itu, dorongan untuk mendapatkan validas sosial, seperti pujian atau jumlah

likes, juga dapat memperkuat individu menggunakan *beauty filter* (Perloff, 2014). (Rahmah & Ramdhan, 2025) juga menegaskan bahwa kondisi tersebut dapat menimbulkan rasa tidak nyaman jika tampil tanpa menggunakan filter, sehingga penggunaan *beauty filter* tidak hanya menjadi sarana mempercantik diri, tetapi juga untuk menutupi ketidakpuasan individu terhadap citra tubuhnya.

Ketidakpuasan terhadap citra tubuh sering kali membuat individu terdorong untuk menggunakan *beauty filter* sebagai cara memperbaiki penampilan agar sesuai seperti yang diinginkan oleh standar yang ada. Tekanan untuk selalu tampil sempurna dapat memicu perasaan tidak aman dan kecemasan setiap kali harus membagikan foto atau video, terutama bagi individu yang memiliki citra tubuh negatif dimana kondisi ini berdampak pada meningkatnya penggunaan *beauty filter*. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Z. Nabila & Hanim, 2024) bahwa adanya perilaku penggunaan *beauty filter* disebabkan adanya keinginan untuk terlihat menarik yang diakibatkan perasaan tidak puas dan bagaimana individu tersebut memandang dirinya sendiri atau citra tubuhnya.

Sebaliknya, individu yang memiliki citra tubuh positif lebih mampu menghargai keunikan penampilan apa adanya. Sikap ini membantu mengurangi dorongan untuk selalu menyunting atau menyembunyikan kekurangan melalui *beauty filter*. Adanya penerimaan diri yang lebih baik, individu dapat tampil lebih percaya diri tanpa merasa harus memenuhi ekspektasi orang lain, sehingga penggunaan *beauty filter* pun menjadi pilihan, bukan kebutuhan.

D. Hipotesis

Berdasarkan teori-teori yang telah diuraikan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara citra tubuh dengan perilaku menggunakan *beauty filter* pada mahasiswi. Artinya, semakin rendah citra tubuh yang dimiliki oleh mahasiswi, maka perilaku untuk menggunakan *beauty filter* akan semakin tinggi. Sebaliknya, semakin positif citra tubuh yang dimiliki oleh mahasiswi, maka perilaku untuk menggunakan *beauty filter* akan semakin rendah.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah beberapa konsep terkait fenomena yang tengah diteliti. Identifikasi variabel ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menentukan atau menetapkan rancangan penelitian, serta membuat batasan-batasan penelitian pada suatu variabel (Azwar, 2017). Penelitian ini mencakup dua variabel, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel tergantung (dependen). Variabel bebas (independen) merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab timbulnya variabel tergantung. Sedangkan, variabel tergantung (dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini menggunakan dua variabel yang terdiri atas satu variabel tergantung (Y) dan satu variabel bebas (X)

1. Variabel tergantung (Y) : Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*
2. Variabel bebas (X) : Citra Tubuh

B. Definisi Operasional

1. Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*

Perilaku menggunakan *beauty filter* merupakan pola penggunaan fitur digital yang bertujuan untuk menyunting, memperbaiki, atau mengubah tampilan wajah dan tubuh dalam foto sebelum dibagikan ke media sosial. Perilaku ini dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap penampilan dirinya serta sejauh mana individu ingin menampilkan citra ideal di ruang digital. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran perilaku menggunakan *beauty filter* berdasarkan aspek-aspek yang dirumuskan oleh (McLean dkk., 2015), yaitu *photo investment* dan *photo manipulation*. Aspek *photo investment* mencerminkan sejauh mana individu memberikan perhatian, waktu, dan usaha dalam memilih serta menampilkan foto terbaik dari dirinya. Sementara itu, aspek *photo manipulation* mengacu pada sejauh mana individu melakukan penyuntingan atau perubahan terhadap tampilan fisik dalam foto

sebelum dipublikasikan. Semakin tinggi skor skala yang diperoleh, maka semakin tinggi kecenderungan individu dalam menggunakan *beauty filter* untuk mengatur dan memanipulasi citra diri yang ditampilkan di media sosial, dan begitu pula sebaliknya.

2. Citra Tubuh

Citra tubuh adalah persepsi, pandangan, perasaan, dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri mengenai penampilan fisik yang mencakup bentuk tubuh, ukuran, proporsi, serta fitur wajah. Penelitian ini diukur menggunakan skala citra tubuh yang dikembangkan oleh (Cash, 2002) dengan lima aspek utama, yaitu *appearance evaluation* (evaluasi penampilan), *appearance orientation* (orientasi penampilan), *body areas satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh), *overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk), dan *self-classified weight* (pengkategorian ukuran tubuh). Semakin tinggi skor yang diperoleh menunjukkan citra tubuh yang semakin positif, dan begitu pula sebaliknya.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi dalam suatu penelitian didefinisikan sebagai kelompok subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran generalisasi dari hasil penelitiannya (Azwar, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi fakultas psikologi angkatan 2022 dan angkatan 2023. Berikut rincian data populasi terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Rincian Data Jumlah Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung tahun 2025

No	Angkatan	Jumlah
1	2021	102
2	2022	150
3	2023	133
4	2024	81
Total		466

Karakteristik yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Mahasiswi aktif Fakultas Psikologi
- b. Berusia 18-25 Tahun
- c. Memiliki akun sosial media yang aktif
- d. Aktif dalam menggunakan *beauty filter*

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari subjek populasi yang dijadikan sumber data penelitian. Sampel dipilih agar dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan (Azwar, 2017). Pada penelitian ini, sampel yang akan digunakan yaitu mahasiswi program studi Psikologi angkatan 2022-2023 di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

3. Teknik Pengambilan *Sampling*

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah probability sampling dengan menggunakan metode *cluster random sampling*. Menurut Azwar (2017), *cluster random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih kelompok atau klaster tertentu. Setelah kelompok terpilih, seluruh anggota yang ada di dalam klaster tersebut menjadi bagian dari sampel penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan alat pengumpulan data berupa skala. Menurut Azwar (2021) skala merupakan alat pengumpulan data yang disajikan dalam bentuk format tulis dan berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang sesuai dengan indikator perilaku yang bertujuan untuk mengukur variabel-variabel tertentu melalui respons dalam pertanyaan atau pernyataan tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala *beauty filter* dan skala citra tubuh. Pada penelitian ini, skala yang digunakan antara lain :

1. Skala Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*

Skala perilaku menggunakan *beauty filter* yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan *Selfie Manipulation Scale* yang dirancang oleh (McLean dkk., 2015). Skala ini terdiri dari 10 aitem yang mengukur frekuensi perilaku manipulasi foto diri, seperti menghaluskan kulit, memperbesar mata, dan membuat tubuh terlihat lebih kurus.

Item diperoleh pada penelitian (Marie & Bakker, 2022), yang memuat keseluruhan aitem dari skala (McLean dkk., 2015). Skala ini telah diuji dengan hasil reliabilitas internal sebesar 0,88. Skala ini disusun dalam bentuk skala Likert lima poin dengan pilihan jawaban mulai dari 1 (Tidak Pernah) hingga 5 (Selalu).

Tabel 2. *Blueprint Perilaku Beauty Filter*

Aspek	Nomor Aitem Favorable	Jumlah
<i>Selfie Manipulation</i>	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	10
	Total Item	10

2. Skala Citra Tubuh

Skala citra tubuh yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala yang disusun dan diadaptasi oleh (Swami dkk., 2019) berdasarkan acuan teori dari (Cash, 2002) yang mencakup lima aspek utama, yaitu *appearance evaluation* (evaluasi penampilan), *appearance orientation* (orientasi penampilan), *body areas satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh), *overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk), dan *self-classified weight* (pengkategorian ukuran tubuh). Skala ini terdiri dari 34 aitem. Skala ini memiliki koefisien reliabilitas untuk subskala yang berada pada kisaran 0,77 hingga 0,90, yang menunjukkan konsistensi yang memadai.

Seluruh aitem dalam skala ini disusun dalam bentuk pernyataan menggunakan model skala Likert dengan lima pilihan jawaban, yaitu: Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Netral (N), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS). Beberapa aitem bersifat unfavorable, sehingga dilakukan pembalikan skor dalam proses penilaian.

Tabel 3. *Blueprint* Skala Citra Tubuh

Dimensi	Nomer Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
<i>Appearance Evaluation</i> (Evaluasi Penampilan)	3,5,9,12,15	18,19	7
<i>Appearance</i> <i>Orientation</i> (Orientasi Penampilan)	1,2,6,7,10,11,13,1 4,16,17,20,21	-	12
<i>Body Areas Satisfaction</i> (Kepuasan Area Tubuh)	23,24,25,26,27,28 ,29,30,31	-	9
<i>Overweight</i> <i>Preoccupation</i> (Kecemasan Berat)	-	4,8,22,32	4
<i>Self-Classified Weight</i> (Persepsi Berat Tubuh)	-	33,34	2
Total	26	8	34

E. Validitas, Reliabilitas, dan Daya Beda Aitem

1. Validitas

Menurut Azwar (2021), validitas menunjukkan seberapa tepat suatu alat ukur dalam menjalankan fungsinya. Suatu alat ukur dianggap memiliki validitas tinggi apabila data yang diperoleh akurat dan variabel yang diukur sesuai dengan tujuan pengukuran. Validasi isi merupakan validitas tipe validitas yang penilaiannya dilakukan melalui pengujian kelayakan isi tes dengan analisis rasional. Analisis rasional tersebut dilakukan oleh ahli yang berkompenten atau dikenal dengan istilah *expert judgment*. Pada penelitian ini, *expert judgment* adalah dosen pembimbing peneliti.

2. Uji Daya Beda Aitem

Daya beda aitem atau daya diskriminasi aitem yaitu sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang diukur (Azwar, 2012). Indeks daya diskriminasi aitem merupakan indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi aitem dengan fungsi keseluruhan yang dikenal dengan konsistensi aitem total.

Uji daya diskriminasi aitem dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan distribusi skor skala itu sendiri

sehingga menghasilkan koefisien aitem total (rix) (Azwar, 2012). Penelitian ini menggunakan teknik korelasi product moment pearson karena setiap aitem diberi skor pada level interval. Kriteria pemilihan aitem berdasarkan korelasi aitem-total biasanya digunakan dengan batasan $rix \geq 0,30$ yang artinya aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memuaskan, sedangkan aitem yang memiliki koefisien korelasi di bawah 0,30 dianggap rendah atau gugur. Apabila jumlah aitem yang memenuhi kriteria ini melebihi jumlah aitem yang dispesifikasikan untuk dijadikan skala, maka dipilih aitem-aitem yang memiliki indeks daya diskriminasi tertinggi. Namun, jika jumlah aitem yang memenuhi batas 0,30 masih belum mencukupi, batas koefisien dapat diturunkan menjadi minimal 0,25 untuk mencapai jumlah aitem yang diinginkan (Azwar, 2012).

3. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sejauh mana suatu alat ukur menunjukkan hasil yang konsisten dan stabil ketika digunakan berulang kali untuk mengukur variabel yang sama (Azwar, 2012)

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik perhitungan koefisien *cronbach alpha* yang tersedia di SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) versi 27.0. Tingkat reliabilitas ditunjukkan oleh angka yang dikenal sebagai koefisien reliabilitas, yang berkisar antara 0 hingga 1,00. Apabila hasil koefisiensi mendekati angka 1,00, maka alat ukur tersebut semakin tinggi dan reliable. Sebaliknya, apabila hasil koefisien mendekati 0, maka alat ukur semakin rendah dan dianggap tidak reliable.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi Product Moment yang dikemukakan oleh Karl Pearson. Teknik ini digunakan untuk menguji hipotesis mengenai adanya hubungan antara citra tubuh dengan kecenderungan perilaku menggunakan *beauty filter* pada mahasiswa. Analisis korelasi ini bertujuan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan

antara kedua variabel tersebut. Proses perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 27.0.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancan dan Pelaksanaan Penelitian

1. Orientasi Kancan Penelitian

Orientasi kancan penelitian ialah tahap mempersiapkan segala keperluan sebelum dilaksanakannya penelitian sehingga proses penelitian dapat berkembang secara maksimal. Tahapan pertama sebelum dilaksanakan penelitian ialah menetapkan lokasi penelitian. Peneliti memilih Fakultas Psikologi sebagai lokasi penelitian.

Penelitian dilakukan selama bulan Agustus 2025. Penelitian dilakukan di Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang yang beralamat di Jalan Kaligawe Raya Km 4, Terboyo Kulon, Kecamatan Genuk, Semarang, Jawa Tengah, dengan kode pos 50112. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra tubuh dengan perilaku menggunakan *beauty filter* pada mahasiswi di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung.

Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) didirikan pada tanggal 16 Dzulhijjah 1381 H atau setara dengan tanggal 20 Mei tahun 1962 M oleh Yayasan Wakaf Sultan Agung (YBWSA) dengan tujuan melestarikan syariat Islam. UNISSULA dikenal sebagai perguruan tinggi Islam swasta tertua di Kota Semarang yang terletak di Jawa Tengah. UNISSULA memiliki empat program pendidikan yaitu: Program diploma (D-III), sarjana (S1), magister (S2), dan doktor (S3). Kampus ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas, antara lain Masjid Abu Bakar Assegaf, perpustakaan, auditorium, kantin PUMANISA, sport center, bank, area parkir yang luas, laboratorium, Rumah Sakit Gigi dan Mulut Islam Sultan Agung (RSIGM-SA), Rumah Sakit Pendidikan Islam Sultan Agung, dan berbagai fasilitas lainnya. UNISSULA memiliki 12 (dua belas) fakultas. Salah satu fakultas tersebut adalah Fakultas Psikologi.

Peneliti memilih lokasi penelitian yakni Universitas Islam Sultan Agung berdasarkan beberapa pertimbangan berikut:

- a. Mahasiswi Fakultas Psikologi UNISSULA memiliki permasalahan yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.
- b. Persyaratan penelitian terpenuhi dengan ciri-ciri populasi yang akan dijadikan subjek.
- c. Baik jumlah partisipan maupun atributnya memenuhi kriteria yang relevan untuk penelitian ini.
- d. Penelitian dilakukan dengan izin dari Fakultas Psikologi UNISSULA.

2. Persiapan Penelitian

Persiapan penelitian dilakukan untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya kesalahan yang dapat menghambat proses penelitian. Persiapan penelitian dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

a. Persiapan Perizinan

Persyaratan yang harus dipenuhi oleh peneliti sebelum melakukan penelitian adalah perizinan penelitian. Perizinan diawali dengan mengajukan surat permohonan perizinan penelitian dan permintaan data mahasiswa ke Fakultas Psikologi UNISSULA yang ditujukan kepada Wakil Dekan 1 Fakultas Psikologi UNISSULA. Selanjutnya peneliti mengajukan surat perizinan yang telah dikeluarkan oleh Fakultas Psikologi UNISSULA dengan nomor surat 1215/A.3/Psi-SA/VII/2025 kepada Wakil Dekan 1 Fakultas Psikologi UNISSULA.

b. Penyusunan Alat Ukur

Alat ukur diperlukan untuk mengumpulkan data hasil penelitian. Sebelum penelitian dilakukan, alat ukur perlu dipersiapkan terlebih dahulu sebagai sarana pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan alat ukur skala perilaku *beauty filter* yaitu skala Selfie Manipulation yang disusun oleh Marie & Bakker (2022) dan skala citra tubuh yang disusun oleh Swami dkk (2019).

c. Melakukan *Translation*

Setelah tahap persiapan alat ukur selesai, peneliti melanjutkan dengan melakukan proses *Translation* skala melalui bantuan *Center of International Language Development* (CILAD). Proses *Translation* ini dilakukan untuk memastikan setiap item pernyataan dalam skala dapat dipahami secara tepat oleh responden dalam konteks bahasa dan budaya Indonesia tanpa mengubah makna asli dari instrumen. Penerjemahan dilakukan secara profesional sehingga hasil terjemahan tetap konsisten dengan konstruk yang diukur dan mendukung validitas isi dari skala yang digunakan. Uraian lebih lanjut mengenai skala tersebut adalah sebagai berikut:

1) **Skala Perilaku *Beauty Filter***

Skala perilaku *beauty filter* disusun oleh Marie & Bakker (2022) berdasarkan *selfie manipulation* yang dikembangkan oleh McLean dkk (2015) untuk mengukur frekuensi individu dalam mengedit atau memanipulasi foto sebelum diunggah ke media sosial. Skala ini terdiri dari 10 aitem dengan indeks reliabilitas sebesar 0,798. Adapun sebaran aitem skala perilaku *beuty filter* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Sebaran Aitem Skala Perilaku *Beauty Filter*

Aspek	Nomor Aitem <i>Favorable</i>	Jumlah
<i>Selfie Manipulation</i>	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	10
Total Item		10

Tabel 5. Hasil Translation CILAD

No	Versi Asli	Versi Translation
1.	<i>Get rid of red eye</i>	Menyingkirkan fitur mata merah
2.	<i>Make yourself look larger</i>	Membuat diri Anda lebih besar
3.	<i>Highlight facial features, for example, cheekbones or eye color/brightness</i>	Menyorot fitur wajah, misalnya, tulang pipi atau warna/kecerahan mata
4.	<i>Use a filter to change the overall look of the photo, for example, making it black and white, or blurring and smoothing images</i>	Gunakanj filter untuk mengubah tampilan keseluruhan foto, misalnya, membuatnya menjadi hitam putih, atau memburamkan dan memperhalus gambar
5.	<i>Make yourself look skinnier</i>	Membuat diri Anda terlihat lebih kurus
6.	<i>Adjusting the light/darkness of the photo</i>	Menyesuaikan terang/gelapnya foto
7.	<i>Edit to hide blemishes like pimples</i>	Mengedit untuk menyembunyikan noda seperti jerawat
8.	<i>Whiten your teeth</i>	Memutihkan gigi Anda
9.	<i>Make specific parts of your body look larger or look smaller</i>	Membuat bagian tertentu dari tubuh Anda terlihat lebih besar atau terlihat lebih kecil
10.	<i>Edit or use apps to smooth skin</i>	Mengedit atau menggunakan aplikasi untuk menghaluskan kulit

2) Skala Citra Tubuh

Skala citra tubuh disusun oleh Swami dkk (2019) berdasarkan lima aspek yang dikembangkan oleh Cash (2002) dalam *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire* (MBSRQ), yaitu evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), orientasi penampilan (*appearance orientation*), kepuasan terhadap bagian tubuh tertentu (*body areas satisfaction*), kekhawatiran terhadap kelebihan berat badan (*overweight preoccupation*), dan klasifikasi berat badan oleh diri sendiri (*self-classified weight*). Skala ini terdiri dari 34 aitem dengan indeks daya beda aitem antara 0,259 - 0,815 dan

reliabilitas sebesar 0,930. Adapun sebaran aitem skala citra tubuh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Citra Tubuh

Dimensi	Nomer Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
<i>Appearance Evaluation</i> (Evaluasi Penampilan)	3,5,9,12,15	18,19	7
<i>Appearance Orientation</i> (Orientasi Penampilan)	1,2,6,7,10,11,13,14,16,17,20,21	-	12
<i>Body Areas Satisfaction</i> (Kepuasan Area Tubuh)	23,24,25,26,27,28,29,30,31	-	9
<i>Overweight Preoccupation</i> (Kecemasan Berat)	-	4,8,22,32	4
<i>Self-Classified Weight</i> (Persepsi Berat Tubuh)	-	33,34	2
Total	26	8	34

Tabel 7. Hasil *Translation* CILAD

No	Versi Asli	Versi <i>Translation</i>
1	Before going out in public, I always notice how I look / Sebelum keluar ke tempat awam, saya selalu peka terhadap rupa paras saya.	Sebelum keluar rumah, saya selalu memperhatikan penampilan saya.
2	I am careful to buy clothes that will make me look my best / Saya berhati-hati membeli pakaian yang akan membuatkan saya kelihatan terbaik.	Saya selalu berhati-hati dalam memilih pakaian yang dapat membuat penampilan saya terlihat terbaik.
3	My body is sexually appealing / Tubuh badan saya menarik secara seksual.	Tubuhku memiliki daya tarik seksual.
4	I constantly worrying worry about being or becoming fat / Saya sentiasa risau sekiranya saya nampak gemuk atau menjadi gemuk.	Saya terus-menerus khawatir ir berubah menjadi gemuk.
5	I like my looks just the way they are / Saya suka rupa paras saya seadanya.	Saya suka penampilan saya apa adanya.
6	I check my appearance in a mirror whenever I can / Saya sering memeriksa penampilan saya di cermin setiap kali ada peluang.	Saya memeriksa penampilan saya di cermin setiap kali saya bisa.
7	Before going out, I usually spend a lot of time getting ready / Sebelum keluar, saya kebiasaannya akan meluangkan banyak masa untuk bersiap sedia.	Sebelum keluar, saya biasanya menghabiskan banyak waktu untuk bersiap-siap.
8	I am very conscious of even small changes in my weight / Saya sangat peka akan perubahan berat badan saya, walaupun perubahan kecil.	Saya sangat menyadari bahkan perubahan kecil dalam berat badan saya.
9	Most people would consider me good-looking / Kebanyakan orang menganggap saya berpenampilan menarik.	Sebagian besar orang akan menganggap saya menarik.

- 10 It is important that I always look good / Ianya penting untuk saya sentiasa kelihatan menarik. Sangat penting bagi saya untuk selalu tampil menarik.
- 11 I use few grooming products / Saya hanya menggunakan beberapa produk kecantikan. Saya menggunakan sedikit produk perawatan diri.
- 12 I like the way I look without clothes on / Saya suka rupa saya tanpa berpakaian. Saya suka penampilan saya tanpa mengenakan pakaian.
- 13 I am self-conscious if my grooming isn't right / Saya sangat peka sekiranya penampilan saya tidak betul. Saya merasa tidak percaya diri jika penampilan saya tidak rapi.
- 14 I usually whatever is handy without caring how it looks / Saya biasanya pakai apa yang mudah tanpa peduli bagaimana ia kelihatan. Saya biasanya menggunakan apa saja yang ada tanpa peduli bagaimana kelihatannya.
- 15 I like the way my clothes fit me / Saya suka bagaimana pakaian saya sesuai dengan saya. Saya suka cara berpakaian saya cocok dengan tubuh saya.
- 16 I don't care what people think about my appearance / Saya tidak peduli apa yang orang lain fikir tentang penampilan saya. Saya tidak peduli apa yang orang pikirkan tentang penampilan saya.
- 17 I take special care with my hair grooming / Saya menjaga rapi dandanan rambut saya. Saya sangat memperhatikan perawatan rambut saya.
- 18 I dislike my physique / Saya tidak suka rupa fizikal saya. Saya tidak suka dengan bentuk tubuh saya.
- 19 I am physically unattractive / Saya tidak menarik daripada segi fizikal. Saya tidak menarik secara fisik.
- 20 I never think about my appearance / Saya tidak memikirkan tentang penampilan saya. Saya tidak pernah mempedulikan penampilan saya.
- 21 I am always trying to improve my physical appearance / Saya sentiasa berusaha untuk menambahbaik penampilan fizikal saya. Saya selalu berusaha untuk meningkatkan penampilan fisik saya.

- 22 I am on a weight-loss diet / Saya sedang menjalani diet penurunan berat badan.
- 23 Face (facial features, complexion) / Muka (ciri-ciri muka, kulit muka) Wajah (ciri-ciri wajah, kulit wajah).
- 24 Hair (colour, thickness, texture) / Rambut (warna, ketebalan, tekstur) Rambut (warna, ketebalan, tekstur).
- 25 Lower torso (buttocks, hips, thighs, legs) / Bahagian bawah badan (punggung, pinggul, paha, kaki) Bagian bawah tubuh (pantat, pinggul, paha, kaki).
- 26 Mid torso (waist, stomach) / Bahagian tengah badan (pinggang, perut) Bagian tengah tubuh (pinggang, perut).
- 27 Upper torso (chest or breasts, shoulders, arms) / Bahagian atas badan (dada atau payudara, bahu, lengan) Bagian atas tubuh (dada atau payudara, bahu, lengan).
- 28 Muscle tone / Otot Tegangan otot.
- 29 Weight / Berat badan Berat badan.
- 30 Height / Ketinggian Tinggi badan.
- 31 Overall appearance / Penampilan keseluruhan. Penampilan keseluruhan.
- 32 I have tried to lose weight by fasting or going on crash diets / Saya pernah cuba menurunkan berat badan dengan berpuasa atau dengan berpuasa atau dengan melalui diet mendadak. Saya sudah mencoba menurunkan berat badan dengan berpuasa atau mengikuti diet ekstrem.
- 33 I think I am... [very underweight – very overweight] / Saya fikir saya seseorang ... [sangat kurang berat badan – sangat berlebihan berat badan]. Saya pikir saya ... [sangat kurus – sangat gemuk].
- 34 From looking at me, most people would think I am [very underweight – very overweight] / Berdasarkan penampilan saya, kebanyakan orang akan fikir saya adalah... [sangat kurang berat badan – sangat berlebihan berat badan]. Dari penampilan saya, kebanyakan orang akan berpikir saya [sangat kurus – sangat gemuk].

c. Uji Coba Alat Ukur

Proses pengujian instrument penelitian dilaksanakan untuk menilai validitas dan reliabilitas suatu alat ukur sebelum digunakan pada penelitian yang lebih luas. Tujuan uji coba ini untuk memastikan bahwa instrument penelitian tersebut dapat menghasilkan data yang akurat dan konsisten sehingga hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan. Peneliti melakukan uji coba alat ukur dengan mengambil sampel sejumlah 150 responden yang dilakukan pada 1 Agustus hingga 6 Agustus 2025. Proses uji coba ini dilakukan dengan menggunakan sebaran skala secara daring (*online*) melalui *Google Form* dengan tautan <https://forms.gle/wJbCuWytvEiGqRue6>. Berikut adalah rincian pengujian:

1) Data Mahasiswi Uji Coba Alat Ukur

Tabel 8. Data Mahasiswi Uji Coba Alat Ukur

Angkatan dan Kelas	Jumlah Keseluruhan	Jumlah Yang Mengisi
2021 Kelas B	25	24
2023 Kelas C	35	24
2023 Kelas D	27	25
2024 Kelas A	27	26
2024 Kelas B	26	25
2024 Kelas C	28	26
Total	168	150

Skala yang telah dikumpulkan selanjutnya diverifikasi dengan memberikan skoring sesuai protokol dan memeriksanya dengan SPSS versi 27.0.

2) Analisis Data Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas

Setelah tahapan uji coba alat ukur, peneliti melakukan tabulasi data hasil uji coba alat ukur pada tanggal 7 Agustus 2025 untuk menghitung hasil yang dilakukan. Proses penghitungan menggunakan software SPSS versi 27. Pengujian terhadap daya beda aitem pada skala perilaku *beauty filter* dan skala citra tubuh menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Reliabilitas alat ukur diuji menggunakan

teknik *Alpha Cronbach*. Hasil analisis uji daya beda aitem dan reliabilitas alat ukur tersebut adalah sebagai berikut:

a) Skala Perilaku *Beauty Filter*

Berdasarkan hasil perhitungan uji daya beda aitem pada skala perilaku *beauty filter*, diperoleh hasil bahwa dari 10 aitem terdapat 9 aitem memiliki daya beda aitem tinggi dan 1 aitem memiliki daya beda rendah. Koefisien daya beda aitem tinggi berkisar antara 0,406 – 0,898. Sementara koefisien daya beda aitem rendah adalah -0,056. Estimasi reliabilitas *Alpha Cronbach* skala perilaku *beauty filter* memiliki nilai 0,939. Hal ini menunjukkan bahwa alat ukur tersebut layak digunakan untuk penelitian karena memiliki koefisiensi yang baik.

Rincian sebaran aitem yang memiliki daya beda aitem tinggi dan rendah pada skala perilaku *beauty filter* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Sebaran Aitem Yang Memiliki Daya Beda Aitem Tinggi Skala Perilaku *Beauty Filter*

Aspek	Aitem <i>Favorable</i>	Jumlah Aitem Valid
<i>Selfie Manipulation</i>	1,2*,3,4,5,6,7,8,9,10	9

Keterangan (*) : Daya beda aitem rendah.

b) Skala Citra Tubuh

Berdasarkan hasil perhitungan uji daya beda item dari 34 item skala citra tubuh diperoleh 23 item dengan daya beda tinggi dan 11 item dengan daya beda rendah. Korelasi item-total terkoreksi untuk item dengan daya beda tinggi berkisar antara 0,281 – 0,653. Estimasi reliabilitas *Alpha Cronbach* skala citra tubuh memiliki nilai 0,878. Hal ini menunjukkan bahwa alat ukur tersebut layak digunakan untuk penelitian karena memiliki koefisiensi yang baik.

Rincian sebaran aitem yang memiliki daya beda aitem tinggi dan rendah pada skala citra tubuh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Sebaran Aitem Yang Memiliki Daya Beda Aitem Tinggi Skala Citra Tubuh

Dimensi	Nomer Aitem		Jumlah Aitem Valid
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Appearance Evaluation</i> (Evaluasi Penampilan)	3*,5*,9*,12*, 15	18*,19*	1
<i>Appearance Orientation</i> (Orientasi Penampilan)	1,2,6,7,10,11*,13,14*,16*, 17, 20*,21	-	8
<i>Body Areas Satisfaction</i> (Kepuasan Area Tubuh)	23,24,25,26,27, 28*,29,30,31	-	8
<i>Overweight Preoccupation</i> (Kecemasan Berat)	-	4,8,22,32	4
<i>Self-Classified Weight</i> (Persepsi Berat Tubuh)	-	33,34	2
Jumlah Aitem Valid	17	6	23

Keterangan (*) : Daya beda aitem rendah

d. Penomoran Ulang

1) Skala Perilaku *Beauty Filter*

Tahap selanjutnya setelah dilaksanakan uji daya beda aitem yaitu menyusun aitem dengan nomor baru. Aitem yang memiliki daya beda rendah dihapus sedangkan aitem dengan daya beda tinggi berfungsi untuk penelitian. Susunan nomor baru pada skala perilaku *beauty filter* yakni:

Tabel 11. Sebaran Nomer Aitem Skala Perilaku *Beauty Filter*

Aspek	Nomor Aitem <i>Favorable</i>	Jumlah
<i>Selfie Manipulation</i>	1(1), 3(2), 4(3), 5(4), 6(5), 7(6), 8(7), 9(8), 10(9)	9
Total Item		9

Keterangan (...) : Nomer aitem baru pada skala penelitian

2) Skala Citra Tubuh

Tahap selanjutnya setelah dilaksanakan uji daya beda aitem yaitu menyusun aitem dengan nomor baru. Aitem yang memiliki daya beda rendah dihapus sedangkan aitem dengan daya beda tinggi berfungsi untuk penelitian. Susunan nomor baru pada skala citra tubuh yakni:

Tabel 12. Sebaran Nomer Aitem Skala Citra Tubuh

Dimensi	Nomer Aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Appearance Evaluation</i> (Evaluasi Penampilan)	15(9)	-	1
<i>Appearance Orientation</i> (Orientasi Penampilan)	1(1), 2(2), 6(4), 7(5), 10(7), 13(8), 17(10), ,21(11)	-	8
<i>Body Areas Satisfaction</i> (Kepuasan Area Tubuh)	23(16), 24(17), 25(18), 26(19), 27(20), 29(21), 30(22), 31(23)	-	8
<i>Overweight Preoccupation</i> (Kecemasan Berat)	-	4(3), 8(6), 22(12), 32(13)	4
<i>Self-Classified Weight</i> (Persepsi Berat Tubuh)	-	33(14), 34(15)	2
TOTAL	17	6	23

Keterangan (...) : Nomer aitem baru pada skala penelitian

B. Pelaksanaan Penelitian

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster random sampling*, yang merupakan bagian dari metode *probability sampling*. Teknik ini memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel penelitian. Proses penelitian ini dilakukan secara daring yang berlangsung pada 10 – 12 Agustus 2025 dengan menggunakan *Google Form* sebagai media pengumpulan data. Penyebaran tautan kuesioner dilakukan melalui grup WhatsApp angkatan 2021, 2022, 2023, dan 2024 serta melalui pesan pribadi kepada setiap mahasiswi yang dapat dihubungi, dengan tautan <https://forms.gle/Lxuschgi3gvXMtbM7>. Pada kuesioner telah dijelaskan petunjuk pengisian, kriteria responden, serta ucapan terima kasih atas ketersediaan responden untuk mengisi skala tersebut. Skala yang disebar dalam bentuk *GoogleForm* tersebut berisi skala perilaku *beauty filter* 9 aitem dan skala citra tubuh 23 aitem.

Tabel 13. Data Mahasiswi Penelitian

Angkatan dan Kelas	Jumlah Keseluruhan	Jumlah Yang Mengisi
2021 Kelas A	25	17
2021 Kelas C	28	22
2021 Kelas D	24	24
2022 Kelas A	35	13
2022 Kelas B	40	13
2022 Kelas C	37	1
2022 Kelas D	38	8
2023 Kelas A	37	26
2023 Kelas B	34	24
Total	298	147

C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Setelah data penelitian terkumpul, kemudian melakukan analisis. Selanjutnya dilakukan uji asumsi, yang meliputi uji normalitas serta linearitas untuk memastikan terpenuhinya asumsi dasar teknik korelasi. Terakhir, dilakukan uji hipotesis dan uji deskriptif untuk memperoleh gambaran tentang kelompok subjek yang diukur dalam penelitian.

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$), sedangkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas, diketahui bahwa variabel citra tubuh memiliki nilai signifikansi sebesar 0,200 ($> 0,05$) dan variabel perilaku menggunakan *beauty filter* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,051 ($> 0,05$). Kedua nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian telah memenuhi kriteria distribusi normal. Hal ini berarti data layak digunakan pada analisis statistik parametrik.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui adakah korelasi dan signifikansi antara kedua variabel, yakni variabel bebas dan variabel tergantung.

Berdasarkan hasil uji linearitas yang telah dilakukan, diperoleh taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) pada hubungan antara citra tubuh dengan perilaku menggunakan *beauty filter*. Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel citra tubuh dan perilaku menggunakan *beauty filter* memiliki hubungan yang linear.

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis perlu dilakukan guna menguji keterikatan korelasi antara kedua variabel melalui uji korelasi Pearson. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan bahwa hubungan antara variabel citra tubuh dan variabel perilaku menggunakan *beauty filter* serta data yang dikorelasikan terdistribusi normal. Hasil uji korelasi product moment menyatakan perolehan koefisien korelasi sebesar -0,236 dengan taraf signifikansi 0,004 ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara citra

tubuh dan perilaku menggunakan *beauty filter*, sehingga hipotesis penelitian dapat diterima. Artinya, semakin rendah citra tubuh yang dimiliki responden maka semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menggunakan *beauty filter*, dan begitu pula sebaliknya.

D. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam statistik deskriptif, norma Kategorisasi Skor digunakan untuk mengelompokkan tingkat variabel (citra tubuh dan perilaku menggunakan *beauty filter*) berdasarkan skor responden yang diperoleh dari instrumen penelitian. Penentuan kategori ini didasarkan pada *mean hipotetik* (μ) dan *standar deviasi hipotetik* (σ), yang dihitung dari jumlah item dan skala penilaian yang digunakan.

Tabel 14. Norma Ktegorisasi Skor

Rentang Skor	Kategori
$X > \mu + 1.5\sigma$	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5\sigma < X \leq \mu + 1.5\sigma$	Tinggi
$\mu - 0.5\sigma < X \leq \mu + 0.5\sigma$	Sedang
$\mu - 1.5\sigma < X \leq \mu - 0.5\sigma$	Rendah
$X \leq \mu - 1.5\sigma$	Sangat Rendah

Keterangan : μ = *Mean* hipotetik
 Σ = Standar deviasi hipotetik

1. Deskripsi Data Skor Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*

Skala Perilaku Menggunakan *Beauty Filter* terdiri dari 9 aitem dengan rentang skor berkisar antara 1 hingga 5. Skor minimum yang diperoleh responden adalah 9 yang didapatkan dari (9×1) , dan skor maksimum 45 yang didapatkan dari (9×5) . Lalu diperoleh rentang skor 36 yang didapatkan dari $(45 - 9)$ dengan standar deviasi hipotetik yang diperoleh melalui skor maksimum dikurangi skor minimum dibagi 6 yang didapatkan dari $((45 - 9) \div 6) = 6$ dan mean hipotetik 27 yang didapatkan dari $((45 + 9) \div 2)$.

Deskripsi skor Perilaku Menggunakan *Beauty Filter* meliputi perolehan skor minimum empirik 13, skor maksimum empirik 35, mean empirik 22,93 serta standar deviasi empirik 5,34.

Tabel 15. Deskripsi Skor Pada Skala Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*

Empirik	Hipotetik
---------	-----------

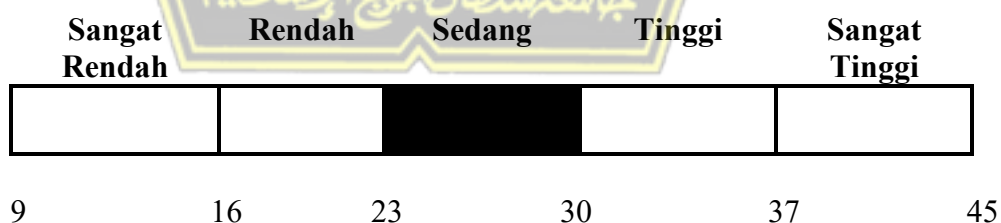
Skor Minimum	13	9
Skor Maksimum	35	45
Mean (M)	22,93	27
Standar Deviasi	5,34	6

Adapun deskripsi data variabel Perilaku Menggunakan *Beauty Filter* secara keseluruhan berdasarkan norma kategorisasi dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 16. Norma Skala Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*

Norma	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Tinggi	5	3,40
Tinggi	21	14,29
Sedang	79	53,74
Rendah	30	20,41
Sangat Rendah	12	8,16
Total	147	100

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa kategori sangat tinggi berjumlah 5 responden (3,40%), kategori tinggi berjumlah 21 responden (14,29%), kategori sedang berjumlah 79 responden (53,74%), kategori rendah 30 responden (20,41%), dan kategori sangat rendah berjumlah 12 responden (8,16%). Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki skor perilaku menggunakan *beauty filter* pada kategori sedang. Berikut merupakan rincian gambaran norma *beauty filter*:



Gambar 6. Norma Kategorisasi Skala Perilaku Menggunakan *Beauty Filter*

2. Deskripsi Data Skor Citra Tubuh

Skala Citra Tubuh terdiri dari 23 aitem dengan rentang skor berkisar antara 1 hingga 5. Skor minimum yang diperoleh responden adalah 23 yang didapatkan dari (23×1) , dan skor maksimum 115 yang didapatkan dari (23×5) . Lalu diperoleh rentang skor 92 yang didapatkan dari $(115 - 23)$ dengan

standar deviasi hipotetik yang diperoleh melalui skor maksimum dikurangi skor minimum dibagi 6 yang didapatkan dari $((115 - 23) \div 6) = 15,33$ dan mean hipotetik 69 yang didapatkan dari $((115 + 23) \div 2)$.

Deskripsi skor Citra Tubuh meliputi perolehan skor minimum empirik 67, skor maksimum empirik 98, mean empirik 84,35 serta standar deviasi empirik 7,05.

Tabel 17. Deskripsi Skor Pada Skala Citra Tubuh

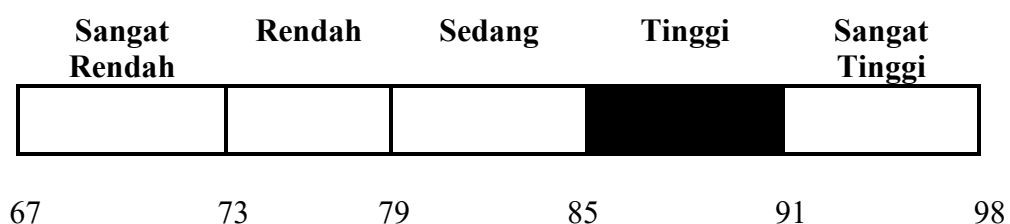
	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	67	23
Skor Maksimum	98	115
Mean (M)	84,35	69
Standar Deviasi	7,05	15,33

Adapun deskripsi data variabel Citra Tubuh secara keseluruhan berdasarkan norma kategorisasi dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 18. Norma Skala Citra Tubuh

Norma	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Tinggi	11	7,48
Tinggi	125	85,03
Sedang	10	6,80
Rendah	1	0,68
Sangat Rendah	0	0,00
Total	147	100

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa kategori sangat tinggi berjumlah 11 responden (7,48%), kategori tinggi berjumlah 125 responden (85,03%), kategori sedang berjumlah 10 responden (6,80%), kategori rendah 1 responden (0,68%), dan kategori sangat rendah tidak ada responden (0,00%). Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki skor Citra Tubuh pada kategori tinggi. Berikut merupakan rincian gambaran norma citra tubuh:



Gambar 7. Norma Kategorisasi Skala Citra Tubuh

E. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menemukan korelasi antara citra tubuh dengan perilaku menggunakan *beauty filter* pada mahasiswa Fakultas Psikologi. Berdasarkan hasil hipotesis, teridentifikasi skor r_{xy} sebesar -0,236 dengan taraf signifikansi 0,004 ($p < 0,05$) yang menunjukkan bahwa citra tubuh memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan perilaku menggunakan *beauty filter*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin rendah citra tubuh responden maka semakin tinggi perilaku menggunakan *beauty filter*, begitupun sebaliknya. Dengan demikian, hasil ini mendukung dan menerima hipotesis penelitian yang menyatakan terdapat hubungan negatif antar kedua variabel tersebut dan didasari oleh citra tubuh responden yang masuk dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil alat ukur yang dilakukan oleh peneliti menggunakan skala citra diri ditemukan sebanyak 12 responden atau 85% yang memiliki citra tubuh yang tinggi. Hal tersebut menjelaskan bahwa responden penelitian ini memiliki persepsi yang tinggi terkait penilaian terhadap penampilan fisiknya. Responden pada penelitian ini memiliki persepsi positif terhadap tubuh yang dimiliki, di mana hal tersebut mencakup kepuasan dan penerimaan terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian (Abdussamad & Supradewi, 2018) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi citra tubuh suatu individu, maka semakin tinggi pula harga diri yang dimiliki yang mencakup penerimaan diri dan kepuasan terhadap tubuh yang dimiliki. Tingginya citra diri yang dimiliki responden pada penelitian ini juga didukung oleh hasil alat ukur yang telah diuji coba oleh peneliti dan menemukan bahwa penggunaan *beauty filter* pada responden penelitian ini adalah sedang.

Hasil uji coba alat ukur menggunakan skala perilaku menggunakan *beauty filter* berada pada kategori sedang, di mana 79 responden atau 53.74% jarang menggunakan *beauty filter*. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian ini memiliki citra tubuh yang tinggi dikarenakan penggunaan *beauty filter* yang jarang dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh (Xu dkk., 2023) yang

menyatakan bahwa seseorang yang memiliki citra tubuh yang rendah cenderung lebih mengandalkan *beauty filter* dibanding seseorang yang memiliki citra tubuh yang tinggi. Berdasarkan hal tersebut maka responden penelitian ini jarang menggunakan *beauty filter* dikarenakan penerimaannya terhadap diri sendiri sehingga memiliki citra tubuh yang tinggi yang menyebabkan penggunaan *beauty filter* menjadi jarang dilakukan.

Selanjutnya, penelitian ini juga didukung oleh teori perilaku (Baron dan Byrne, 2005) yang menyatakan bahwa salah satu aspek perilaku adalah aspek konatif, di mana aspek konatif adalah kecenderungan seseorang dalam bertindak atau berperilaku sebagai wujud manifestasi pikiran dan perasaan. Pada aspek konatif, individu melakukan tindakan nyata yang tercermin melalui tindakan memilih filter wajah tertentu sehingga penggunaan filter masuk dalam kategori sedang. Pada penelitian ini, kategori sedang penggunaan *beauty filter* disebabkan oleh aktualisasi dari persepsi responden dan emosi terhadap penampilan yang dimiliki.

Berdasarkan teori tersebut maka mayoritas responden penelitian ini hanya menggunakan filter tertentu dikarenakan telah memiliki citra diri yang tinggi sehingga menyebabkan penggunaan filter tidak sesering individu yang memiliki citra diri yang rendah. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori Mclean, dkk., (2015) yang menyatakan bahwa terdapat dua aspek perilaku yaitu aspek *photo invesment*. *Photo investment* merupakan salah satu aspek dari dua aspek perilaku, di mana *photo invesment* adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh individu dengan meluangkan waktu untuk memilih, menyiapkan, dan memperhatikan detail foto sebelum diunggah ke dalam media sosial. Hal tersebut beriringan dengan penelitian ini yang menemukan bahwa responden penelitian ini menggunakan filter hanya berdasar pada kepeduliannya terhadap diri sendiri tanpa bermaksud untuk melakukan manipulasi foto seperti menyunting foto secara berlebihan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sunastiko dkk., 2015) yang menemukan bahwa citra diri memiliki hubungan dengan perilaku suatu individu, di mana penelitian ini menemukan bahwa citra diri memiliki hubungan dengan perilaku menggunakan *beauty filter*. Pada

penelitian ini, citra tubuh yang tinggi yang dimiliki oleh responden penelitian membuat kepercayaan diri responden menjadi meningkat sehingga responden tidak lagi merasa membutuhkan *beauty filter*. Hal ini juga didukung penelitian oleh (Widhiasari & Soetjningsih, 2023) yang menemukan bahwa individu yang memiliki citra tubuh yang tinggi memiliki kepercayaan diri yang tinggi, sehingga hal tersebut menyebabkan individu dapat menerima dirinya sendiri. Penelitian yang dilakukan oleh (Thomas & Jayesh, 2022) menemukan bahwa mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi disebabkan oleh kepuasan terhadap dirinya sendiri. Pada konteks penelitian ini, kepercayaan diri responden berasal dari citra tubuh yang tinggi yang dimiliki, di mana citra tubuh yang tinggi tersebut membuat responden penelitian puas terhadap wajah dan tubuhnya sehingga penggunaan *beauty filter* menjadi jarang dilakukan. Penelitian oleh (Maryatmi, 2019) ditemukan bahwa citra tubuh merupakan persepsi diri yang baik terhadap penampilan fisik, di mana hal tersebut membuat kepercayaan diri seseorang menjadi meningkat sehingga individu dapat merasa puas dan menerima dirinya sendiri. Hal tersebut juga terjadi sebaliknya, di mana individu yang memiliki citra tubuh yang rendah cenderung sulit menerima dirinya sendiri sehingga akan mencari hal lain untuk mengubah fisik yang dimiliki secara instan seperti *beauty filter*. Responden pada penelitian ini mayoritas memiliki citra tubuh yang tinggi sehingga responden penelitian dapat menerima penampilannya secara fisik. Hal tersebut yang membuat responden penelitian ini menggunakan *beauty filter* dalam kategori sedang.

F. Kelemahan Penelitian

Kelemahan umumnya dapat terjadi dalam suatu penelitian. Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, diantaranya:

1. Terbatasnya jumlah responden dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian kurang dapat digeneralisasikan untuk populasi yang lebih luas.

2. Penelitian ini hanya meneliti perempuan sehingga populasi penelitian tidak seluruhnya terwakilkan yang membuat data penelitian menjadi tidak memiliki variasi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara citra tubuh dengan perilaku menggunakan *beauty filter* pada mahasiswi di Fakultas Psikologi UNISSULA. Hasil penelitian memaparkan bahwa individu yang memiliki citra tubuh tinggi, yaitu persepsi positif terhadap bentuk, ukuran, dan penampilan fisik, menggunakan *beauty filter* dengan frekuensi yang rendah. Tingginya citra tubuh yang dimiliki responden berkaitan dengan adanya penerimaan diri yang baik serta kepuasan terhadap kondisi fisik, sehingga penggunaan *beauty filter* dilakukan seperlunya dan pelengkap estetika.

Sebaliknya, individu dengan citra tubuh rendah lebih sering menggunakan *beauty filter* untuk menutupi kekurangan yang dirasakan pada penampilannya. Hal ini sejalan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa persepsi negatif terhadap tubuh mendorong individu untuk lebih mengandalkan penyuntingan visual dalam media sosial. Faktor-faktor seperti penerimaan diri, harga diri, pengalaman sosial, dan paparan media juga berperan dalam menentukan penggunaan *beauty filter*.

Dengan demikian, citra tubuh yang positif berkontribusi terhadap berkurangnya ketergantungan pada *beauty filter* dan mendorong individu untuk menampilkan dirinya secara natural atau apa adanya. Temuan ini memberikan gambaran bahwa upaya meningkatkan citra tubuh melalui edukasi, promosi penerimaan diri, dan literasi media dapat membantu mengurangi penggunaan *beauty filter* secara berlebihan, sehingga media sosial dapat menjadi ruang yang lebih sehat dan realistis dalam menampilkan keberagaman penampilan fisik.

B. Saran

1. Bagi Individu

Penting untuk menjaga keseimbangan antara memperbaiki penampilan melalui *beauty filter* dengan mempertahankan penerimaan terhadap diri sendiri.

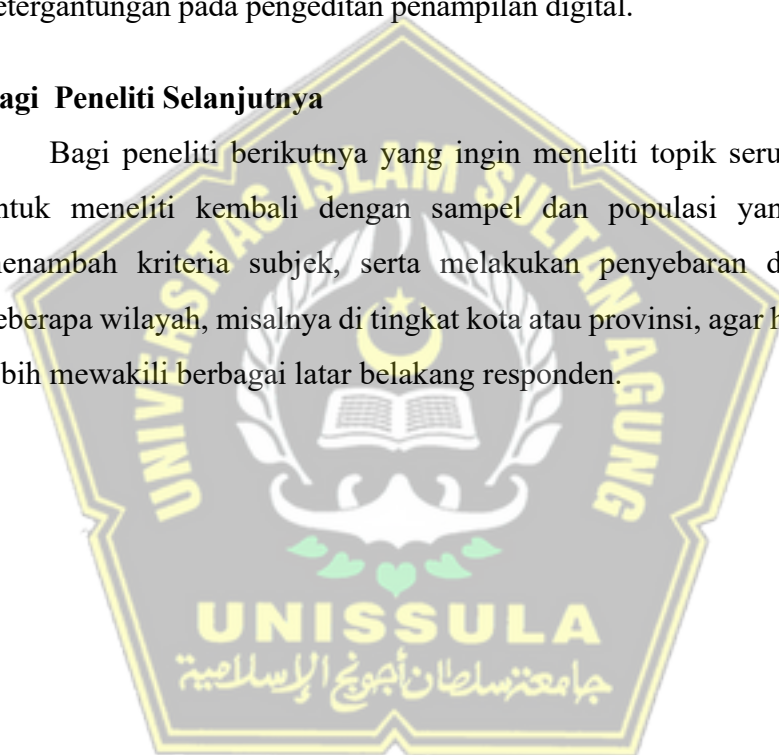
Gunakan *beauty filter* seperlunya dan tetap menerima penampilan diri secara positif atau apa adanya.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi konselor, pendidik, dan pihak terkait untuk mengembangkan program yang mendukung penerimaan diri dan citra tubuh positif. Edukasi mengenai penggunaan media sosial yang bijak, termasuk *beauty filter*, dapat membantu individu lebih percaya diri tanpa ketergantungan pada pengeditan penampilan digital.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti topik serupa disarankan untuk meneliti kembali dengan sampel dan populasi yang lebih luas, menambah kriteria subjek, serta melakukan penyebaran data secara di beberapa wilayah, misalnya di tingkat kota atau provinsi, agar hasil penelitian lebih mewakili berbagai latar belakang responden.



DAFTAR PUSTAKA

- Amma, D. S. R., Widiani, E., dan Trishinta, S. M. (2017). Hubungan citra diri dengan tingkat kepercayaan diri remaja di SMKN 11 Malang kelas XI. *Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 2(3).
- Andiwijaya, D., & Liauw, F. (2019). Pusat pengembangan kepercayaan diri. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 1(2), 1695-1704.
- Azwar, S. (2017). Metode penelitian psikologi (Edisi II). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Computers in Human Behavior Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents ' problematic social media use? *Computers in Human Behavior*, 110(September 2019), 106395. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106395>
- D. W. (2016). Hubungan antara citra tubuh dengan kepercayaan diri siswa kelas X di SMA Negeri 2 Bantul. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Dijkslag, I. R., Santos, L. B., Irene, G., & Ketelaar, P. (2024). To Beautify or Uglify! The Effects of Augmented Reality Face Filters on Body Satisfaction Moderated by Self-Esteem and Self-Identification. *Computers in Human Behavior*, 108343.
- Dinilhaq, N. A., Amelia, Y., Arini, A., & Hidayatullah, R. (2025). Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan : Memahami Perbedaan , Implikasi , dan Strategi Pemilihan yang Tepat
- Azwar, S. (2019). Metode penelitian psikologi Edisi ke-2. *Pustaka Pelajar*.
- Boursier, V., & Gioia, F. (2022). Which are the effects of body-objectification and Instagram-related practices on male body esteem? A cross-sectional study. *Clinical Neuropsychiatry*, 19(1), 8.
- Burns, R. B. (1993). Konsep diri: Teori, pengukuran, perkembangan dan perilaku. *Eddy Trans*. Arcan.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). Body Image A Handbook of Theory, Research and Clinical Practice. New York: The Guilford Press.
- Cash, T. F., & Smolak, L. (Eds.). (2011). Body image: A handbook of science, practice, and prevention (2nd ed.). The Guilford Press.

- Caso, D., Schettino, G., Fabbriatore, R., & Conner, M. (2020). "Change my selfie": Relationships between self-objectification and selfie-behavior in young Italian women. *Journal of Applied Social Psychology*, 50(9), 538-549.
- Cohen, R., & Newton-John, T. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183-187.
- Dariyo, A. (2011). Psikologi perkembangan. *Refika Aditama*.
- Denich, A. U. (2015). Konsep citra tubuh remaja putri. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 3(2), 55-61.
- Digital Information World. (2021, July 24). Snapchat takes the lead ahead of other social media platforms in terms of revenue and user growth this quarter. Digital Information World
- Dianningrum, S., & Satwika, Y. (2021). Hubungan antara citra tubuh dan kepercayaan diri pada remaja perempuan. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(7), 194-203. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i7.42611>
- Eshiet, J. (2020). "Real me versus social media me": Filters, Snapchat dysmorphia and beauty perceptions among young women. *Electronic theses, projects, and dissertations*, 6. <https://scholarworks.lib.csusb.edu/etd/1101>
- Eugeni, R. (2022). Augmented reality filters and the faces as brands: Personal identities and marketing strategies in the age of algorithmic images. *Proceedings, Part II*.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5.
- Fardouly, J., & Diedrichs, P. C. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45.
- Finding Julianne. (2023, July). Beauty filters harm your self-esteem. <https://findingjulianne.com/beauty-filters-harm-your-self-esteem/>
- Grogan, S. (2016). Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children Edisi ke-3. *Routledge*.
- Handayanti, A. S. (2023). Sampah visual pada simulacrum media sosial Instagram dalam sudut pandang etika berpikir kritis. *Prolistik*, 8(2).
- Hasrin, A., & Sidik, S. (2023). Tren Kecantikan Dan Identitas Sosial: Analisis

- Konsumsi Kosmetik Dan Objektifikasi Diri Di Kalangan Perempuan Kota Palopo. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(4).
<https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71618>
- Hergenhahn, B. R., & Olson, M. H. (2008). *Theories of learning* (Edisi ke-7, Terj. Triwibowo B. S.). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Jannah, M., Minarni, M., & Saudi, A. N. A. (2023). Hubungan Self Esteem dengan Body Image pada Remaja Wanita yang Menggunakan Filter Instagram. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(2), 340–346.
<https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2332>
- Ketaren, M. A., Girsang, K., Manurung, M., & Ginting, E. R. B. (2024). Uji Validitas Dan Uji Daya Beda Soal Buatan Pilihan Ganda Dengan Tes Sumatif Siswa Kelas IV UPT SD Negeri 065013 Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 3278-3283.
- Khoerunnisa, R. S. (2021). Peranan penggunaan Instagram terhadap kepercayaan diri remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8723-8731.
- Lauster, P. (1978). Lassen Sie der Seele Flügel wachsen. *Wege aus der*.
- Lenaini, I., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan. 6(1), 33–39.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*.
- Maharani, B. (2022). Motivasi penggunaan face beauty filters Instagram pada remaja yang memiliki permasalahan acne vulgaris. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Maurilla, T., & Suarya, L. M. S. (2020). Peran Intensitas Komunikasi di Instagram dan Perbandingan Sosial Terhadap Ketidakpuasan Tubuh pada Perempuan Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2, 109–119.
- Millenia, Z., & Hidayat, T. W. (2025). Dampak Penggunaan Filter Instagram dan Tiktok Terhadap Citra Diri , Terutama Bagi Wanita The Impact of Using Instagram and Tiktok Filters on Self- Image , Especially for Women. 7(2), 144–150. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v7i2.5934>
- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1132-1140.

- Nabila, Z., & Hanim, L. M. (2024). *The Power of Beauty filters : How Does It Impacts Body Image ?* 0672(c), 488–491.
- Ormrod, J. E. (2014). *Human learning* (7th ed.). Boston: Pearson Higher Education.
- Oktaviani, A. (2023). Dampak Media Sosial Terhadap Rasa Percaya Diri Terkait Citra Tubuh Generasi Z Di Kota Cimahi. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1, 81-96.
- Ozimek, P., Lainas, S., Bierhoff, H. W., & Rohmann, E. (2023). How photo editing in social media shapes self-perceived attractiveness and self-esteem via self-objectification and physical appearance comparisons. *BMC psychology*, 11(1), 99.
- Ozimek, P., Lainas, S., Bierhoff, H., & Rohmann, E. (2023). *Bagaimana penyuntingan foto di media sosial membentuk persepsi daya tarik dan harga diri melalui objektifikasi diri dan perbandingan penampilan fisik*. 1–14.
- Pan, J. (2025, March 14). Best Easter Bunny Filters for Instagram, Snapchat & TikTok. Perfect Corp. <https://www.perfectcorp.com/consumer/blog/selfie-editing/best-easter-bunny-filters>
- Pew Research Center. (2021, April 7). Social media use in 2021. Pew Research Center.
- Prameswari, R. T. (2004). *Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Ketidakpuasan Tubuh pada Remaja Akhir Perempuan (Studi Tentang Physical Appearance)* Cognicia Cognicia. 90–101.
- Pratiwi, I. D., & Laksmiwati, H. (2016). Kepercayaan diri dan kemandirian belajar pada siswa SMA Negeri "X." *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.26740/jptt.v7n1.p43-49>
- Perloff, R. M. (2014). "Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research." *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Rai, N., & Thapa, B. (2015). A study on purposive sampling method in research. *Kathmandu: Kathmandu School of Law*, 5(1), 8-15.
- Ramanda, R. A. (2019). Studi kepustakaan mengenai landasan teori citra tubuh bagi perkembangan remaja. *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, 5(2), 121-135.
- Renaningtyas, L. (2017). Beauty apps dan Budaya Makeover Digital di Kalangan

- Perempuan. *DeKaVe*, 8(1), 43–51. <https://doi.org/10.24821/dkv.v8i1.1548>
- Rohani, D. L. (2024). Keingintahuan dan kepercayaan diri remaja yang menggunakan filter Instagram di Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 164-174.
- Sari, U. S. C., & Abrori. (2007). *Body image*. PT Sahabat Alter Indonesia.
- Schroeder, M., & Behm-Morawitz, E. (2025). Digitally curated beauty: The impact of slimming beauty filters on body image, weight loss desire, self-objectification, and anti-fat attitudes. *Computers in Human Behavior*, 165, 108519. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108519>
- Schunk, D. H. (2012). *Learning theories: An educational perspective* (6th ed.). Boston: Pearson Education.
- Sitepu, D. L., Opod, H., & Pali, C. (2016). Hubungan tingkat kepercayaan diri dengan obesitas pada siswa SMA Negeri 1 Manado. *Jurnal e-Biomedik (eBM)*, 4(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, Y. Bin, Lestaluhu, S., & Husein, M. I. (2023). Fenomena Penggunaan Filter Wajah Augmented Reality Instagram dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Pattimura, Ambon. *Baileo : Jurnal Sosial Humaniora*, 1(1). <https://doi.org/10.30598/baileofisipvolliss1pp40-52>
- Surya, H. (2007). *Percaya diri itu penting*. PT Alex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183-2199.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. <https://doi.10.1037/ppm0000047>
- Wahyu, A. A. D. (2016). Hubungan antara body image kepercayaan diri siswa Relationship body image and self confidences of 10 th grade. *E-Journal Bimbingan Dan Konseling*, 4(4), 80–88.
- Wijaya, H. (2020). *Analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian pendidikan*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

- Xiao, L., Chu, D., Wang, F., & Yang, Y. (2021). Editing the self in pictures: Selfie editing promotes self-objectification among Chinese. *Current Psychology*, 1-13.
- Yang, J., Fardouly, J., Wang, Y., & Shi, W. (2020). Selfie-viewing and Facial dissatisfaction among emerging adults: A moderated mediation model of appearance comparisons and self-objectification. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(2), 672.
- Yunus, M. (2020). Citra diri mahasiswa Islam Surabaya di Instagram. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.

