



## Motif Penggunaan Filter Instagram di Kalangan Perempuan Dewasa di Bandung

Zakiyah Nur Rahmah<sup>1\*</sup>, Adi Muhammad Ramdhan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Politeknik LP3I Bandung, Indonesia

Alamat: Jl. Pahlawan No.59 Bandung,

Korespondensi penulis: [zakiyanur342@gmail.com](mailto:zakiyanur342@gmail.com)\*

**Abstract.** *This study aims to analyze the motives behind the use of Instagram filters among adult women in Bandung. This topic is particularly interesting to explore because the use of Instagram filters has become an addictive behavior and a perceived necessity for adult women in Bandung when presenting themselves on the platform. Many adult women in Bandung utilize Instagram filters for various purposes and objectives. This study is grounded in Alfred Schutz's phenomenological theory and employs a qualitative research approach with a phenomenological research type. The subject selection technique used is purposive sampling, involving six participants. Data collection was conducted through interviews, observation, and document studies. The findings of this study reveal that the motives behind adult female students in Bandung using Instagram filters include: (1) entertainment, (2) aesthetics, and (3) self-image creation.*

**Keywords:** Bandung; Filter; Motive; Women

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motif penggunaan filter instagram di kalangan perempuan dewasa di Bandung. hal ini menarik untuk diteliti karena dalam penggunaan filter instagram membuat perempuan dewasa di Bandung menjadi candu dan sudah menjadi keharusan dalam menunjukkan diri di instagram. Perempuan dewasa di Bandung banyak memanfaatkan filter instagram untuk kepentingan dan tujuan yang berbeda. penelitian ini juga menggunakan teori fenomologi Alfred Schutz. penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian fenomenologi. Teknik pemilihan subjek menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah 6 orang. Pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif mahasiswa perempuan dewasa di Bandung melakukan tindakan menggunakan filter Instagram, yaitu 1) Hiburan 2) Keestetikaan 3) Pencitraan diri.

**Kata Kunci :** Bandung; Filter; Motif; Perempuan

### 1. LATAR BELAKANG

Media sosial kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda dan dewasa. Platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok menyediakan ruang untuk berinteraksi sekaligus mengekspresikan diri. Melalui media sosial, individu dapat membentuk identitas digital yang mencerminkan berbagai aspek kehidupan mereka. Perkembangan tren di media sosial turut mempengaruhi cara seseorang menampilkan diri, baik melalui tulisan, foto, maupun video. Dalam hal ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menciptakan fenomena baru yang berkembang cepat, khususnya di kalangan perempuan dewasa (Sari, A. P., Ilyas, A., & Ifdil, 2017).

Instagram merupakan salah satu platform yang paling diminati berkat tampilan visualnya yang menarik dan fitur-fitur inovatif seperti *Stories*, *Reels*, dan filter foto. Fitur-fitur ini memberikan pengalaman interaktif dan memungkinkan pengguna membagikan momen pribadi secara

kreatif. Instagram bukan lagi sekadar tempat berbagi foto, melainkan telah berkembang menjadi ruang sosial yang kuat dalam memengaruhi cara pengguna membentuk citra diri mereka (Susilawati, N., & Yulianetti, 2020).

Salah satu fitur Instagram yang banyak digunakan oleh perempuan dewasa di Bandung adalah filter. Filter ini berfungsi mempercantik tampilan visual dengan cepat tanpa memerlukan pengeditan tambahan. Selain memperindah tampilan wajah, filter juga digunakan untuk menciptakan estetika tertentu, meningkatkan rasa percaya diri, dan sebagai sarana hiburan. Banyak pengguna merasa lebih nyaman dan percaya diri saat mengunggah foto atau video setelah menggunakan filter.

Fenomena ini menunjukkan adanya motif yang mendorong perempuan dewasa memanfaatkan filter Instagram. Motif tersebut dapat beragam, mulai dari keinginan memperlihatkan citra diri ideal hingga dorongan mengikuti tren media sosial. Penggunaan filter yang meluas di kalangan perempuan dewasa di Bandung menjadi hal menarik untuk diteliti lebih dalam. Citra diri digital yang terbentuk melalui filter menjadi bagian penting dalam interaksi sosial di dunia maya.

Instagram memungkinkan pengguna menyesuaikan penampilan foto dan video secara instan. Fitur filter dapat memperbaiki pencahayaan, menambahkan elemen estetis, bahkan mengubah fitur wajah dan tubuh secara digital. Hal ini mempengaruhi cara seseorang memandang dirinya, serta membentuk persepsi sosial terhadap kecantikan dan identitas diri (Sutini et al., 2022).

Penggunaan filter secara signifikan lebih banyak dilakukan oleh pengguna perempuan. Mereka cenderung lebih aktif dalam memanfaatkan fitur tersebut untuk memperindah tampilan, baik untuk tujuan personal maupun profesional. Dalam budaya digital yang semakin menekankan penampilan visual, filter menjadi alat untuk menunjang eksistensi dan kepercayaan diri di media sosial. Penampilan menjadi aspek utama dalam membangun personal branding, status sosial, dan relasi sosial di ranah digital.

Penelitian ini secara khusus menyoroiti pengalaman perempuan dewasa dalam menggunakan filter Instagram. Fokusnya adalah bagaimana filter digunakan sebagai media untuk memperbaiki penampilan, mengekspresikan kreativitas, serta menciptakan citra diri ideal. Lokasi penelitian berada di Bandung, kota dengan populasi muda yang tinggi dan komunitas digital yang aktif. Bandung juga dikenal dengan budaya kreatifnya, menjadikannya tempat yang tepat untuk memahami fenomena ini secara kontekstual.

Penelitian di Bandung yang gaya hidupnya modern dan aktif di media sosial, menunjukkan antusiasme tinggi dalam menggunakan filter Instagram, khususnya filter. Melalui media sosial,

mereka menampilkan identitas, memperkuat jejaring sosial, serta merespon standar kecantikan yang berkembang di era digital (Nuriyah, S. S., 2024).

## 2. KAJIAN TEORITIS

Penggunaan filter Instagram di kalangan perempuan dewasa kini telah menjadi bagian dari rutinitas bermedia sosial, tidak hanya untuk alasan estetika tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri dan representasi identitas. Mewengkang, Sulistyani, dan Rahmiaji (2024) menjelaskan bahwa augmented reality beauty filter digunakan oleh perempuan untuk membentuk versi diri yang sesuai dengan ekspektasi sosial. Filter memberikan rasa percaya diri instan dan memungkinkan perempuan merasa “lebih baik” saat menampilkan dirinya secara publik di media sosial.

Penelitian Sari dan Susilawati (2022) mengungkapkan bahwa motif penggunaan filter Instagram sangat berkaitan dengan kebutuhan untuk menciptakan pencitraan diri yang menarik, eksistensi di dunia maya, serta keinginan untuk mendapatkan validasi sosial melalui like, komentar, dan interaksi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Setiawan, Sofiah, dan Muslikah (2025) yang menunjukkan bahwa filter Instagram sering digunakan oleh perempuan yang memiliki tingkat *self-esteem* rendah untuk menutupi rasa tidak puas terhadap penampilan fisik mereka.

Lebih jauh, Wulandari, Mubina, dan Leometa (2024) menemukan bahwa perempuan yang menggunakan filter secara berlebihan justru cenderung merasa kurang percaya diri terhadap penampilan asli mereka. Hal ini berkaitan erat dengan persepsi body image, di mana perempuan merasa perlu memodifikasi visual wajah agar sesuai dengan standar kecantikan yang dibentuk media. Aini dan Pratama (2023) menegaskan bahwa semakin rendah rasa percaya diri seseorang, semakin tinggi ketergantungan mereka pada filter Instagram dalam setiap unggahan.

Menariknya, dalam konteks budaya lokal, Afriantoni, Kurnaedi, dan Nuryaman (2020) menunjukkan bahwa perempuan Muslimah bercadar di komunitas Niqab Squad Bandung tetap aktif menggunakan Instagram dan filter digital, meskipun dalam batasan nilai-nilai agama. Ini memperlihatkan bahwa filter Instagram juga digunakan sebagai alat untuk menyesuaikan identitas diri dengan norma sosial dan budaya lokal.

Khusus di Kota Bandung, Sepnia dan Nurhakim (2024) mengamati bahwa Instagram telah menjadi bagian penting dalam gaya hidup masyarakat, khususnya perempuan dewasa. Penggunaan filter sering dikaitkan dengan pencitraan gaya hidup “kekinian” dan identitas digital yang lebih estetik. Hal ini kemudian berkelindan dengan kecenderungan narsistik seperti

yang diungkap oleh Hikmah dan Chabibi (2023), bahwa intensitas penggunaan filter berkorelasi dengan peningkatan kebutuhan untuk diakui dan dikagumi di media sosial.

Dalam konteks ini, Putri, Taufiq, dan Hermanto (2021) menyatakan bahwa filter Instagram membantu perempuan membentuk konsep diri sebagai “perempuan cantik” versi media sosial. Standar kecantikan pun mengalami pergeseran, dari yang alami menjadi estetika digital. Penelitian Wibowo dan Nasher (2023) pada akun populer seperti @magdaleneid memperkuat pandangan bahwa media sosial ikut membentuk persepsi kolektif tentang tampilan ideal yang akhirnya memengaruhi keputusan pengguna untuk memanfaatkan filter.

Mewengkang (2024) dalam penelitiannya yang bersifat fenomenologis menggambarkan bagaimana pengalaman perempuan dalam menggunakan filter diwarnai dilema antara keinginan tampil sempurna dan tekanan untuk tampil autentik. Dalam dimensi psikologis lainnya, Mawardani, Zubair, dan Saudi (2023) menemukan bahwa perempuan yang memiliki tingkat rasa syukur tinggi terhadap tubuhnya cenderung lebih menerima diri dan tidak terlalu tergantung pada filter digital.

Lebih lanjut, Agastya (2019) menyebut bahwa penggunaan fitur Instagram Stories yang sering dipadukan dengan filter visual juga menjadi arena untuk menampilkan sisi narsistik pengguna. Hal ini sejalan dengan analisis Susilowati (2018) yang melihat bahwa media sosial, termasuk Instagram, menjadi ruang untuk membentuk personal branding, di mana filter visual memainkan peran penting dalam membangun citra diri yang konsisten.

Sebagai pelengkap, Griffiths, Andreassen, dan Pallesen (2017) dalam jurnal internasional mereka menyatakan bahwa penggunaan media sosial yang adiktif sangat berhubungan dengan tingkat narsisme dan rendahnya harga diri. Konteks ini menggambarkan bagaimana media sosial, termasuk Instagram, dapat membentuk siklus adiktif terhadap validasi visual, di mana filter menjadi alat utama yang digunakan perempuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan tujuan untuk menggali makna dan pengalaman subjektif perempuan dewasa di Bandung dalam menggunakan filter Instagram. Berdasarkan klasifikasi WHO, kategori usia dewasa muda berkisar antara 20–34 tahun. Teori yang dilakukan oleh peneliti yaitu teori fenomenologi *Alfred Schutzi*, teori fenomenologi adalah pendekatan kualitatif mencari pengalaman yang dirasakan oleh pengguna filter, atau bisa disebut dengan pengalaman hidup.

Penelitian adalah perempuan dewasa yang aktif menggunakan Instagram dan sering memanfaatkan fitur filter, khususnya dalam membuat *Stories* dan Postingan. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dimana partisipan dipilih berdasarkan kriteria tertentu: perempuan berusia 20–34 tahun yang aktif di Instagram selama 6 bulan dan menggunakan filter secara rutin. Jumlah partisipan ditentukan berdasarkan prinsip saturasi data, saturasi data adalah titik dalam penelitian kualitatif ketika data yang terkumpul sudah cukup untuk menarik kesimpulan, yaitu ketika informasi yang diperoleh dari wawancara sudah tidak lagi memberikan data baru. Peneliti mewawancarai 6 Orang.

Aspek etika penelitian dijaga dengan memperoleh persetujuan partisipan, menjaga kerahasiaan identitas, dan mengamankan data penelitian. Melalui pendekatan kualitatif ini, peneliti berharap dapat mengungkap secara mendalam motivasi penggunaan filter Instagram oleh perempuan dewasa di Bandung.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, peneliti memilih 6 orang yang merupakan perempuan dewasa di Bandung, yaitu 3 orang dari mahasiswa politeknik LP3I Bandung angkatan 2022 dan 3 orang sebagai pekerja buruh yang akan dijadikan subjek dalam penelitian yang berhubungan dengan pengguna filter di aplikasi Instagram. dari ke 6 orang ini mereka perempuan dewasa yang berdomisili di Bandung. Berikut Profil Perempuan Dewasa Di Bandung :

##### **Titan Kurniasih**

Titan adalah seorang mahasiswa berusia 21 tahun yang sedang menempuh pendidikan di Politeknik LP3I Bandung dan tinggal di Kota Bandung. Ia merupakan pengguna aktif Instagram dan telah rutin menggunakan filter selama 6 tahun terakhir. Filter yang paling disukai Titan adalah filter animasi, yang sering digunakan untuk hiburan seperti membuat boomerang atau konten lucu.

##### **Novika**

Novika adalah seorang perempuan berusia 20 tahun yang tinggal di Bandung dan saat ini aktif bekerja. Ia telah menggunakan filter Instagram selama 1 tahun, terutama untuk hiburan dan kesenangan pribadi.

### **Anisa Pramitha**

Anisa Pramitha adalah seorang mahasiswi berusia 22 tahun di LP3I Bandung yang tinggal di Kota Bandung dan sedang mengerjakan tugas akhir. Ia telah menggunakan filter Instagram selama 5 tahun, dengan preferensi pada filter bernuansa natural atau vintage.

### **Dhea**

Dhea adalah seorang perempuan berusia 20 tahun yang telah menggunakan filter Instagram selama 3 tahun. Ia mengikuti tren media sosial dan menyukai filter bernuansa vintage, terutama saat berfoto selfie.

### **Zahra**

Zahra adalah mahasiswi berusia 20 tahun di LP3I Bandung yang tinggal di Kabupaten Bandung Barat dan sedang menyelesaikan tugas akhir. Ia telah menggunakan filter Instagram secara aktif selama 3 tahun, dengan Blue Sky sebagai filter favoritnya.

### **Niken**

Niken adalah seorang perempuan berusia 20 tahun yang tinggal di Bandung dan saat ini sibuk bekerja. Ia telah menggunakan filter Instagram selama 2 tahun, dengan filter favorit yang mencerahkan wajah seperti Clarendon.

Berdasarkan dari penelitian, peneliti mengambil data dari wawancara via online dan secara langsung, dari 6 subjek tersebut yang dijadikan informasi tentang penggunaan filter instagram dengan menggunakan teori Alfred Schutz fenomenologi sosial/pengalaman yang terjadi dalam keseharian :

### **Titan**

Titan menggunakan filter Instagram bukan hanya untuk menghibur diri sendiri, tetapi juga untuk membuat orang lain tersenyum atau tertawa. Dengan menggunakan filter bernuansa lelucon, ia merasa lebih terhibur dan merasakan kebahagiaan dari interaksi yang terbangun melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana komunikasi interpersonal yang bersifat ringan namun bermakna. Dalam konteks ini, Titan berupaya membangun kedekatan emosional dengan pengguna lain melalui humor visual, yang menjadi bagian dari fungsi afektif dalam komunikasi interpersonal.

Penjelasan ini sejalan dengan pendapat Ramadhan, A. M. (2017). dalam jurnal *Fungsi Komunikasi Interpersonal*, yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal akan berjalan

efektif apabila antara komunikator dan komunikan memiliki kesamaan atau kemiripan tertentu. Artinya, untuk menjalin komunikasi yang baik, pesan harus disampaikan dengan bahasa dan cara yang sesuai dengan tingkat pengetahuan, pengalaman, orientasi, serta latar belakang budaya dari komunikan. Dengan kata lain, seorang komunikator perlu mengenali karakteristik individual, sosial, dan budaya dari lawan bicara agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Dalam hal ini, Titan secara intuitif memahami karakter pengguna media sosial yang cenderung menyukai hiburan ringan, sehingga ia memilih media komunikasi yang sesuai, yaitu filter Instagram yang bersifat lucu dan menghibur.

Titan, Mahasiswa komunikasi (2022) yang peneliti wawancara via WhatsApp Menyebutkan :

*“ ... Aku memakai filter cuma buat hiburan, bukan untuk memutihkan wajah. Aku suka dokumentasikan momen pribadi buat kenang-kenangan. Kadang teman suka komentarin filter yang aku pakai karena lucu, tapi menurut aku, setiap orang punya alasan sendiri untuk menggunakan filter....” (18 maret 2025)*

Berdasarkan pernyataan Titan, Titan sebagai subjek menyukai filter Instagram yang bernuansa lelucon. Baginya, penggunaan filter hanya ditujukan untuk hiburan, bukan untuk mengubah penampilan seperti memutihkan wajah. Selain itu, subjek juga gemar membuat postingan menggunakan filter yang bersifat interaktif, seperti filter game. Subjek mengungkapkan bahwa teman-temannya terkadang memberikan komentar terhadap filter yang digunakan karena dianggap lucu. Namun, ia menganggap hal tersebut sebagai bentuk interaksi sosial yang menyenangkan.

### **Novika**

Subjek yang bernama Novika, Pekerja pabrik yang diwawancarai secara langsung mengatakan bahwa :

*“ ...aku pakai filter, tapi lebih ke hiburan aja, paling sering yang lucu-lucu. Walaupun suka pakai filter, aku tetap pede kok kalau upload foto tanpa filter. Aku juga nggak terlalu ngikutin tren, soalnya bukan tipe yang FOMO, lebih suka coba-coba filter buat seru-seruan....” (26 Maret 2025)*

Menurut subjek, standar kecantikan seorang perempuan tidak bisa diukur hanya dari penggunaan filter di media sosial. Novika menyatakan bahwa ia tidak merasa ragu untuk memposting foto tanpa filter, karena ia meyakini bahwa kecantikan sejati berasal dari diri sendiri. Pandangan ini sejalan dengan tren "no filter" justru membuat Novika merasa lebih percaya diri. Baginya, standar kecantikan setiap orang berbeda-beda dan sangat dipengaruhi oleh keunikan masing-masing individu.

Novika juga menambahkan bahwa penggunaan filter, khususnya yang sering digunakan, hanya dimaksudkan untuk mempertegas riasan wajah atau sekadar hiburan di waktu senggang. Ia tidak merasa bergantung pada filter, karena tetap merasa nyaman dan percaya diri dengan penampilannya meskipun tanpa filter.



**Gambar 1. Responden 2 Novika**

### **Anisa Pramitha**

Motif Anisa Pramitha yang merupakan mahasiswa Politeknik LP3I Bandung ini menyampaikan bahwa menggunakan Instagram ini untuk mengikuti perkembangan teman dan keluarganya, serta mengikuti akun - akun motivasi. Sesekali juga dia mengunggah fotonya dengan menggunakan filter yang menurutnya aesthetic, Realitas aesthetic merupakan kata yang trend atau viral pada zaman sekarang. Di dalam bahasa Indonesia aesthetic sering disebut dengan estetis. Secara etimologi, aesthetic berasal dari bahasa latin “aestheticus” atau bahasa Yunani “aestheticos” yang artinya merasa atau hal-hal yang dapat diserap oleh panca indera manusia. Menurut KBBI estetis adalah keindahan, menyangkut apresiasi keindahan (alam, seni dan sastra). Di dalam media sosial Instagram estetis menggambarkan konten foto maupun video yang di upload memiliki nilai seni, nampak indah, artistik(Laudia, 2021).

Penyampaian Anisa Pramitha (2022) mahasiswa Akuntansi Politeknik LP3I Bandung yang diwawancarai melalui Whatsapp :

*“ ... saya memakai filter Instagram untuk mencerahkan wajah dan mengikuti trend yang memberi efek estetika agar foto terlihat lebih bagus dan sesuai mood. Filter juga membantu menyesuaikan tampilan feed dan meningkatkan kepercayaan diri, meskipun saya tetap sadar bahwa hasilnya hanya efek visual. Saya suka bereksperimen dengan berbagai filter, terutama yang natural atau vintage, dan merasa percaya diri meski kadang tetap menambahkan filter...” (28 Maret 2025).*

## **Dhea**

Dhea (2019) Pekerja Resto yang diwawancarai secara langsung Menyampaikan :

*“ ... Aku sudah pakai filter Instagram lebih dari 3 tahun, dan sampai sekarang masih sering aku pakai buat nambahin kesan estetik di wajah. Biasanya sih cuma buat bikin wajah kelihatan lebih oke aja, apalagi kalau lagi selfie. Tapi semua juga tergantung kondisi wajahku, kalau lagi breakout aku jadi kurang percaya diri. Aku sering ngebandingin wajah aku saat pakai filter dan tanpa filter, dan jujur aku lebih pede kalau pakai filter...” (29 Maret 2025)*

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Dhea sebagai subjek diatas bahwa Perempuan dewasa di Bandung tersebut menggunakan filter untuk mengikuti trend keestetikaan. Hal tersebut ditandai dengan kehadiran filter yang beragam sehingga dipakai oleh perempuan dewasa di Bandung dalam berbagai situasi, seperti filter yang membuat menjadi aesthetic dan membuat muka menjadi lebih cantik.

Dhea juga menyebutkan bahwa ia senang mengikuti tren filter yang digunakan oleh selebgram favoritnya. Ia merasa bahwa tren tersebut menarik karena saat ini hampir semua orang mengikuti tren filter yang sama. Menurut Dhea, filter yang digunakan oleh idolanya terlihat bagus dan sangat cocok di wajahnya, sehingga ia pun tertarik untuk ikut menggunakannya.



**Gambar 1. Responden 4 mempertajam foto**

## **Zahra**

Zahra, mahasiswa Politeknik LP3I Bandung (2022), yang peneliti wawancara via WhatsApp menyebutkan :

*“ ...Aku sudah pakai filter Instagram dari awal punya akun, biasanya buat menambah rasa percaya diri dan bikin foto terlihat lebih cerah dan konsisten. Filter favoritku itu Blue Sky karena hasilnya cerah dan warnanya menarik tanpa terlihat berlebihan. aku tetap percaya diri tanpa filter, tapi rasanya kadang kurang puas karena sudah terbiasa melihat wajah sendiri pakai filter, jadi kalau tampil natural malah jadi nggak nyaman, dan aku ingin terlihat cantik oleh followersku...” (1 April 2025)*

Pencitraan diri adalah salah satu motif tujuan Perempuan dewasa di Bandung menggunakan filter Instagram. Pencitraan diri merupakan usaha untuk menonjolkan citra, keadaan maupun situasi diri yang baik kepada publik. Perempuan dewasa di Bandung yang melakukan pencitraan diri yang ada di dalam masyarakat sehingga memberikan tekanan kepada individu. Penampilan fisik merupakan salah satu bagian penting perempuan dewasa di dalam masyarakat, terlebih lagi kepada perempuan dewasa di Bandung yang memiliki penampilan fisik tidak sesuai dengan standar yang diharapkan. Dalam tindakan menggunakan filter Instagram, motif Perempuan dewasa di Bandung adalah sebagai bentuk pencitraan diri.

### **Niken Putri**

Niken seorang pekerja pabrik yang diwawancarai secara langsung menyampaikan bahwa:

*“..Aku mulai pakai filter Instagram yang bisa mencerahkan wajah dan bikin tampilan lebih segar. Alasan utama aku pakai filter itu buat ningkatin kepercayaan diri dan supaya wajah kelihatan lebih menarik. Filter favoritku namanya Clarendon karena bikin wajah terlihat lebih cerah dan tajam. Walaupun aku tetap percaya diri kalau lihat foto tanpa filter, rasanya tetap ada sedikit kurang karena sudah terbiasa pakai filter. ...” ( 25 maret 2025).*

Niken menyampaikan bahwa ia aktif menggunakan Instagram sebagai media untuk mengekspresikan diri, seperti melalui selfie, video keseharian, serta mengikuti akun-akun selebriti dan influencer untuk mencari inspirasi. Ia mulai menggunakan filter Instagram sejak 2 tahun yang lalu dan hingga kini masih rutin menggunakannya, terutama filter yang mencerahkan wajah dan memberi tampilan lebih segar. Alasan utama penggunaan filter adalah untuk meningkatkan rasa percaya diri dan agar wajah terlihat lebih menarik di media sosial. Filter favorit subjek adalah “Clarendon” karena menurutnya dapat memberikan efek cerah dan tajam pada wajah. Meskipun tetap merasa percaya diri saat melihat foto tanpa filter, subjek mengakui adanya rasa “kurang” karena sudah terbiasa dengan tampilan wajah yang difilter. Ia juga menyadari bahwa terdapat perbedaan cukup signifikan antara wajah saat menggunakan filter dan saat tampil alami, namun hal tersebut tidak menjadi masalah besar baginya.

Niken sebagai subjek menyatakan bahwa tren media sosial dan pengaruh dari *influencer* turut mempengaruhi kebiasaannya dalam menggunakan filter. Ia sering bereksperimen untuk menemukan filter yang sesuai dengan referensi yang dilihat di media sosial. Menurut subjek, standar kecantikan yang dibentuk oleh media sosial membuat banyak orang terdorong untuk menggunakan filter agar terlihat lebih cantik dan menarik. subjek juga menambahkan bahwa penggunaan filter mempengaruhi interaksi sosial di media, seperti jumlah komentar dan *likes*, karena tampilan foto menjadi lebih estetik.

Meskipun memiliki kepercayaan diri, subjek mengakui bahwa ia cukup bergantung pada filter dan belum siap mengikuti tren *no filter*, karena merasa belum sepenuhnya percaya diri tampil tanpa bantuan efek visual. Jika suatu saat Instagram menghapus seluruh filter, ia merasa akan kurang nyaman dalam membagikan konten. Sebagai penutup, subjek memberikan saran agar penggunaan filter dilakukan secara bijak dan tidak berlebihan agar tidak menimbulkan ketergantungan yang berdampak pada kepercayaan diri seseorang.

Fenomena maraknya filter di Instagram menyebabkan adanya suatu kondisi maupun situasi konstruksi realitas yang dibentuk, yaitu cantik seperti apa yang ditampilkan di dalam filter Instagram tersebut. Kondisi ini sering terjadi kepada mahasiswa perempuan yang terobsesi untuk menampilkan kecantikan mereka di Instagram. Mereka sering mengupload foto maupun video selfie dengan menggunakan filter yang mempercantik diri di Instagram, sehingga hasil foto maupun video yang diberikan keliatan cantik dan jauh lebih menarik dari wajah aslinya.



**Gambar 2. 2 Gambar filter dan non filter**

### Tabel Hasil Penelitian

NO	NAMA	UMUR	PROFESI	AKTIF INSTAGRAM	ALASAN
1	Titan	21	Mahasiswa	6 Tahun	Hiburan
2	Novika	20	Buruh	1 Tahun	Hiburan
3	Anisa Pramitha	22	Mahasiswa	5 tahun	Mengikuti Trend
4	Dhea	20	Buruh	3 Tahun	Mengikuti trend
5	Zahra	20	Mahasiswa	3 Tahun	Pencitraan diri
6	Niken	20	Buruh	2 Tahun	Pencitraan diri

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa alasan utama perempuan dewasa di Bandung menggunakan filter Instagram adalah sebagai bentuk hiburan dan pencitraan diri (*in order to motive*). Tindakan ini memberikan semangat serta meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam menampilkan diri dan menunjukkan eksistensi

di media sosial, khususnya Instagram. Dalam konteks hiburan, filter digunakan untuk menghibur diri sendiri maupun orang lain melalui konten-konten jenaka yang diunggah. Nuansa humor yang ditampilkan melalui filter mampu memberikan kesan menyenangkan dan menjadi mekanisme pelampiasan emosi, seperti menutupi rasa sedih atau stres. Hal ini dirasakan lebih efektif oleh individu yang memiliki selera humor tinggi atau sifat ‘recek’, karena mereka lebih menikmati konten-konten ringan dan lucu, serta lebih aktif dalam memberikan komentar maupun mengikuti tren-tren humor yang sedang berkembang.

Selain sebagai hiburan, penggunaan filter Instagram juga dilatarbelakangi oleh tren estetika. Banyak perempuan dewasa di Bandung yang menggunakan filter untuk menghasilkan foto dengan tampilan yang lebih menarik dan cantik secara visual, sehingga dapat meningkatkan peluang mendapatkan respons positif, terutama dari lawan jenis. Penerimaan sosial ini menimbulkan rasa puas yang kemudian mendorong penggunaan filter secara berulang. Namun demikian, penggunaan filter yang berlebihan menciptakan kesenjangan antara penampilan asli dan penampilan dalam foto, yang berpotensi menimbulkan ekspektasi tidak realistis.

Motif pencitraan diri juga menjadi faktor penting. Subjek penelitian menunjukkan kecenderungan untuk menutupi kekurangan fisik, seperti jerawat, warna kulit yang tidak merata, atau bentuk wajah yang tidak sesuai standar kecantikan yang dikonstruksi oleh masyarakat. Filter Instagram digunakan sebagai alat untuk memenuhi ekspektasi visual dan membentuk versi ideal dari diri mereka, yang dianggap lebih layak ditampilkan kepada publik. Hal ini menunjukkan adanya ketergantungan terhadap filter dalam rangka meningkatkan kepercayaan diri dan membangun citra diri yang positif di media sosial.

Sebagai bentuk respons terhadap fenomena ini, muncul tren “*no filter*” yang menawarkan solusi untuk mengurangi ketergantungan terhadap filter digital. Tren ini mendorong pengguna, khususnya perempuan dewasa, untuk mulai menerima dan mencintai penampilan alami mereka. Jika diterapkan secara luas, tren “*no filter*” dapat menumbuhkan rasa percaya diri yang lebih otentik serta menciptakan ruang digital yang lebih sehat.

## DAFTAR REFRENSI

- Afriantoni, A. K. (2020). Transformasi identitas diri perempuan muslimah bercadar melalui media sosial Instagram (Studi pada komunitas Niqab Squad Bandung). *Jurnal Penelitian Komunikasi*.
- Agastya, J. A. (2019). Motivasi mahasiswa berperilaku narsistik pada fitur Instagram Stories. *Jurnal Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo*.
- Agnia, A. S. G. N., & Fitri, Y. (2021). Pengaruh kemajuan teknologi terhadap pembentukan karakter siswa. *Jurnal Pendidikan*, 5(3), 9331–9335.

- Aini, L., & Aini, R. (2023). Kontribusi self esteem terhadap body image remaja perempuan pengguna filter Instagram. *Jurnal Psikologi Perkembangan Remaja*.
- Ambar. (2017, Agustus 21). 20 teori komunikasi interpersonal menurut para ahli. Pakarkomunikasi. <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-interpersonal>
- Baumrind, D. (1971). Current patterns of parental authority. *Developmental Psychology Monograph*, 4, 1–103.
- Benita, A. B., & Ginting, S. (2020, Agustus 30). Dasar-dasar komunikasi: Pengertian dan prinsip dasar. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/08/30/150000369/dasar-dasar-komunikasi-pengertian-dan-prinsip-dasar>
- DeVito, J. A. (2013). *The interpersonal communication*. Boston: Pearson Education.
- Digital, I. (2025, Januari 12). Dahsyatnya komunikasi orang tua dan anak yang efektif. IbuDigital. <https://www.ibudigital.com/dahsyatnya-komunikasi-orang-tua-dan-anak-yang-efektif/>
- Gordon, T. (2003). *Parent effectiveness training: The proven program for raising responsible children*. New York: The Rivers Press.
- Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Hikmah, E. R. (2023). Pengaruh intensitas “filter” pada Instagram terhadap perilaku narsisme mahasiswa. *Jurnal Psikologi dan Komunikasi*.
- Kalsum, S. A. (n.d.). Pengaruh era digital pada pembentukan karakter anak di sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan*, 5(4), 11644–11648.
- Kusmawati, T. I. (2016). Komunikasi verbal dan non verbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2), 83–98.
- Maharani, T. M., & Sari, T. S. (2023). Pengaruh komunikasi orangtua terhadap pola perilaku anak kelas XI IPA di SMA Futuhiyyah Mranggen. *Jurnal Pendidikan*, 5(3), 9380–9389.
- Mawardani, N. C. (2023). Pengaruh kebersyukuran terhadap body image perempuan dewasa awal pengguna filter Instagram. *Jurnal Psikologi Islami*.
- Mewengkang, R. G. (2024). Memahami pengalaman perempuan dalam penggunaan augmented reality beauty filter pada platform Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Mewengkang, R. G. (2024). Pengalaman perempuan dalam penggunaan filter Instagram (Skripsi, Universitas Diponegoro).
- Putri, C. A. (2021). Konsep diri perempuan cantik di Instagram. *Jurnal Komunikasi dan Gender*.
- Ramadhani, R. (2013). Komunikasi interpersonal orang tua dan anak dalam membentuk perilaku positif anak. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 112–121.
- Ramly, R. A., & Bukhari, A. (2022). Peran komunikasi orang tua terhadap pembentukan karakter anak yang berakhlakul karimah. *Jurnal Pendidikan*, 3(1), 25–37.
- Rantikasari, I. A. (2021). Peran orang tua dalam pembentukan akhlakul karimah pada usia dini. *Dalam Pengembangan Potensi Anak Usia Dini* (pp. 1–11).

- Riadi, M. (2022, Desember 25). Komunikasi interpersonal: Pengertian, karakteristik, komponen, bentuk, dan hambatan. *Kajian Pustaka*. <https://www.kajianpustaka.com/2021/11/komunikasi-interpersonal.html>
- Sari, L. N. (2022). Motif penggunaan filter Instagram di kalangan mahasiswa perempuan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.
- Sartika, W. (2021, November 16). Dampak buruk kurangnya komunikasi orang tua terhadap anak. *Kumparan*. <https://kumparan.com/user-16102021082131/dampak-buruk-kurangnya-komunikasi-orang-tua-terhadap-anak-1wnI4kgNJef/>
- Sepnia, D. A. (2024). Peran media sosial Instagram dalam gaya hidup remaja di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*.
- Setiawan, R. P. (2025). Self esteem pada pengguna filter Instagram di kalangan mahasiswa perempuan ditinjau dari perspektif body image. *Jurnal Psikologi Sosial dan Media*.
- Suharyanto, A. (n.d.). 13 peran orang tua dalam pembentukan karakter anak. *Dosen Psikologi*. <https://dosenpsikologi.com/peran-orang-tua-dalam-pembentukan-karakter-anak>
- Susilowati, S. (2018). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai personal branding di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila*.
- Turkle, S. (2012). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Wibowo, D. A. (2023). Pengaruh terpaan akun Instagram @magdaleneid dan motif penggunaan terhadap persepsi followers. *Jurnal Komunikasi Massa*.
- Wibowo, D. A. (n.d.). [Tanpa judul atau informasi lengkap].
- Wulandari, T. A. (2024). Apakah pengguna filter Instagram tidak percaya diri? Ditinjau dari citra diri. *Jurnal Studi Media dan Komunikasi*.
- Yusuf, S. (2004). *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zahroh, S., & Nurfadilah, N. (2020). Peran lingkungan sosial terhadap pembentukan karakter anak usia dini di Jogja Green School. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 1–9.