

BAB IV

KONSTRUKSI KECANTIKAN DIGITAL SEBAGAI PEMBENTUKAN CITRA DIRI SISWI SMAN 10 BANDUNG MELALUI *AUGMENTED REALITY* FILTER DI *TIKTOK*

Bab ini menguraikan hasil penelitian mengenai konstruksi kecantikan dan pembentukan citra diri siswi SMAN 10 Bandung melalui filter kecantikan berbasis *Augmented Reality* di *TikTok*. Pembahasan mengintegrasikan teori Konstruksi Realitas Sosial milik Peter L. Berger dan Thomas Luckmann serta teori Konvergensi Media milik Henry Jenkins dengan temuan lapangan yang diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi digital. Dalam kerangka ini, kecantikan dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang dinamis dan terus dinegosiasikan melalui relasi antara individu dan struktur sosial, termasuk media digital yang partisipatif dan visual.

TikTok menjadi medium penting dalam membentuk identitas, citra diri, dan standar kecantikan remaja perempuan. Penggunaan filter kecantikan di *platform* ini tidak hanya mencerminkan praktik estetis, tetapi juga mengandung dimensi sosial yang memengaruhi pembentukan persepsi diri dan kepercayaan diri. Dalam konteks ini, Berger dan Luckmann menafsirkan proses tersebut sebagai bagian dari dialektika eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi, sedangkan Jenkins melihat *TikTok* sebagai ruang konvergensi nilai, estetika, dan standar visual global yang turut membentuk persepsi diri remaja dalam konteks budaya digital.

Penelitian ini menerapkan pendekatan emik dan etik secara simultan. Pendekatan emik diperoleh melalui pengalaman dan pandangan para informan yakni D, SH, SA, F, R, dan Y yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam serta diperkuat oleh observasi terhadap dokumentasi digital konten *TikTok* informan. Sementara itu, pendekatan etik digunakan untuk menginterpretasikan keseluruhan data melalui kacamata teori, guna memahami dinamika yang lebih luas serta keterkaitannya dengan konstruksi sosial dan budaya media. Pembahasan dalam bab ini disusun ke dalam beberapa subbagian berdasarkan rumusan masalah: yakni bagaimana remaja memandang diri dan membangun kepercayaan diri, persepsi mereka terhadap penggunaan filter kecantikan, serta praktik penggunaan filter dalam membentuk citra diri dan merespons pengaruh sosial dalam keseharian digital mereka.

4.1 Konsep Diri dalam Membangun Kepercayaan Diri Bagi Remaja Perempuan SMAN 10 Bandung

Konsep diri merupakan persepsi individu mengenai siapa dirinya, baik dari aspek fisik, psikologis, maupun sosial. Konsep diri berperan penting dalam membentuk kepercayaan diri yang kemudian akan mempengaruhi bagaimana mereka memandang diri sendiri dan berinteraksi dengan lingkungannya. Bagi remaja perempuan, konsep diri seringkali tidak hanya dibangun dari dalam diri, namun juga dipengaruhi oleh bagaimana orang lain memandang mereka terutama dalam hal penampilan fisik, kepribadian, dan pencapaian.

Konsep diri remaja perempuan SMAN 10 Bandung terbentuk dari gabungan beberapa aspek utama berikut:

1. Penampilan fisik menjadi aspek yang paling awal dan paling sering dirujuk dalam menggambarkan konsep “diri”. Kecantikan wajah, kulit bersih, bentuk tubuh, dan aspek penampilan fisik pendukung lainnya seperti gaya berpakaian menjadi penentu utama dalam bagaimana mereka memandang dan menilai diri sendiri untuk tampil di ruang publik.
2. Kepribadian dan sikap termasuk dalam bagaimana seseorang memperlakukan orang lain, bersikap sopan dan ramah, dan memiliki karakter yang baik dan mampu membawa diri dengan baik, menjadi bagian dari bagaimana mereka mempersepsikan dirinya sekaligus dipersepsikan oleh orang lain.
3. Prestasi dan pencapaian dianggap sebagai faktor pendukung yang memperkuat konsep “diri”. Meskipun tidak selalu menjadi fokus utama bagi semua informan, keberhasilan dalam bidang akademik maupun non-akademik tetap memberi dampak positif terhadap cara mereka memandang diri sendiri.
4. Validasi sosial berupa pandangan dan penilaian dari orang lain seperti komentar positif, pujian dan pengakuan dari lingkungan sekitar berperan sebagai penguat dalam bagaimana mereka memahami dan menilai diri sendiri, sekaligus meneguhkan kepercayaan diri serta memperkuat konsep diri mereka.

Informan D memaknai “diri” sebagai cerminan penampilan fisik, kepribadian dan sikap interpersonal. Baginya, seseorang akan dikenali bukan hanya dari penampilan, tetapi juga bagaimana ia bersikap dan memperlakukan orang lain. Hal senada juga diamini oleh informan SH yang melihat bahwa selain penampilan fisik, perilaku yang baik dan kepribadian yang positif akan memperkuat citra diri secara keseluruhan.

“Jadi diri itu kan dilihatnya gak cuma dari penampilan aja ya, dari sikap, dari karakter kita, itu juga ngeliatin diri kita sebenarnya itu kayak gimana...” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Sementara itu, informan SA dan F memperluas pemaknaan “diri” dengan menambahkan unsur prestasi sebagai bagian dari representasi diri. Bagi SA, perpaduan antara penampilan fisik, kepribadian, dan prestasi membentuk diri yang utuh. Informan F menyetujui bahwa “diri” mencakup perpaduan penampilan dan kepribadian sebagai dasar utama dalam membentuk identitas, sementara prestasi dipandang sebagai nilai tambah yang memperkuat citra tersebut.

“...diri itu menggambarkan perpaduan antara kecantikan dan kepribadian, dan menurut aku aspek lainnya kayak prestasi itu juga termasuk sih dalam membentuk diri” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Namun, tidak semua remaja perempuan SMAN 10 Bandung memberikan bobot yang sama terhadap aspek non-fisik. Informan R dan Y mengonfirmasi bahwa penampilan fisik merupakan aspek dominan dalam membentuk identitas diri mereka.

“Diri kalau menurut aku itu kayak, aku itu mandang diri aku dari penampilan aku, gitu.” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Wajah menjadi elemen utama dari penampilan fisik yang menentukan rasa percaya diri. Penampilan wajah yang “baik” memberikan rasa percaya diri yang lebih besar untuk tampil di ruang publik. Namun sebaliknya, ketika kondisi wajah dirasa tidak sesuai harapan, seperti saat mengalami jerawat atau *breakout*, kepercayaan diri pun cenderung menurun secara signifikan. Informan D memaknai *makeup* sebagai alat bantu strategis dalam membentuk rasa percaya dirinya, terutama ketika tampil di hadapan orang lain. Hal serupa disampaikan oleh informan R dan Y, yang mengaku merasa tidak nyaman dilihat orang lain ketika wajahnya tidak dalam kondisi ideal, bahkan dalam pergaulan sehari-hari. Bagi Y tuntutan sosial terhadap perempuan untuk tampil sempurna agar dianggap menarik, khususnya oleh lawan jenis memperbesar peran wajah dalam penilaian terhadap diri sendiri. Informan SA juga mengungkapkan bahwa tampilan fisik yang baik tidak hanya meningkatkan rasa percaya diri tetapi juga membuatnya merasa lebih nyaman saat berinteraksi sosial.

Namun dalam seluruh narasi tersebut, penampilan fisik tidak pernah berdiri sendiri. Nilainya menjadi signifikan ketika mendapat pengakuan atau validasi dari orang lain. Informan SH mengungkapkan bahwa validasi seperti pujian dari orang lain, membuatnya merasa demikian pula terhadap dirinya sendiri. Informan SA juga menyampaikan bahwa komentar positif dari lingkungan menjadi pemicu munculnya rasa percaya diri. Dalam konteks ini kepercayaan diri bukanlah kondisi batiniah yang otonom, melainkan kondisi sosial yang dinegosiasikan secara terus menerus.

Validasi dari lingkungan sosial menjadi salah satu faktor eksternal yang memperkuat persepsi diri mereka, sehingga konsep diri yang terbentuk tidak hanya bersifat individual, tetapi juga merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dialami secara terus menerus dalam interaksi sehari-hari yang berulang.

Penampilan fisik memang menjadi aspek dominan dalam membangun kepercayaan diri remaja perempuan SMAN 10 Bandung, namun bukan satu-satunya faktor penentu. Kepribadian, adab, dan prestasi juga memainkan peran penting, meskipun pengaruhnya bervariasi antar individu. Bagi sebagian remaja, penampilan menjadi pondasi awal untuk merasa percaya diri, namun keberlanjutan rasa percaya diri itu seringkali ditopang oleh keyakinan atas karakter pribadi dan prestasi yang mereka miliki. Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa konsep diri mereka adalah struktur yang kompleks antara kebutuhan tampil menarik secara visual dan kebutuhan diterima secara moral dan intelektual.

Informan D dan SH sepakat menekankan bahwa meskipun penampilan memiliki peran penting, adab dan prestasi juga menjadi faktor lain dalam meninggalkan kesan terhadap dirinya dan orang lain.

“Kecantikan fisik tuh sangat berpengaruh ... terus, menurut aku sih paling penting selanjutnya adalah adab ya ... selain sama orang dilihat kamu cantik, ternyata kamu ada prestasi ini juga ... jadi nggak bisa kita bilang seseorang cantik itu cuma karena fisiknya doang. Harus memang ada faktor-faktor pendukung lain yang bikin dia tuh jadi apa ya bahasanya kayak stand out gitu” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Informan SA pun menilai bahwa kepercayaan diri dibangun dari gabungan antara dimensi kecantikan fisik, kepribadian yang baik dan prestasi yang diraih.

“Buat aku kecantikan fisik itu berpengaruh besar, tapi selain itu juga menurut aku ada hal lain yang penting contohnya itu prestasi aku, kepribadian aku kayak gimana, itu semua ngebangun rasa percaya diri aku sih.” (informan SA dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Lebih lanjut, informan F memiliki penilaian yang sama dengan informan SA mengenai dimensi kecantikan fisik dan kepribadian yang baik, namun ia juga merasa prestasi adalah nilai tambah dalam membentuk siapa dirinya di mata orang lain. Sebaliknya, informan R dan informan Y memberikan penekanan lebih besar pada aspek fisik. Bagi keduanya, penampilan fisik khususnya wajah menjadi faktor paling dominan dalam menentukan kepercayaan diri.

“Menurut aku kecantikan fisik itu paling penting, iya ada kepribadian juga tapi kalau aku sih ngerasa yang paling ngaruh ke pede tuh ya fisik, cantik gitu.” (informan Y dalam sesi wawancara 6 Mei 2025).

Konsep diri yang diinterpretasikan oleh remaja perempuan SMAN 10 Bandung memperlihatkan bahwa pemahaman mereka tentang siapa diri mereka terbentuk melalui hubungan timbal balik antara individu dan lingkungan sosial, sebagaimana dijelaskan dalam teori konstruksi realitas sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Dalam kerangka ini, realitas sosial dibentuk melalui proses dialektika yang terdiri atas eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi.

Proses eksternalisasi tampak dalam cara para remaja perempuan SMAN 10 Bandung menampilkan dirinya melalui penampilan fisik, gaya berpakaian, dan perilaku sosial sebagai bentuk ekspresi diri dari identitas yang sedang mereka bangun. Objektifikasi kemudian terjadi ketika masyarakat dalam hal ini teman sebaya, keluarga maupun media sosial memberikan penilaian atau tanggapan terhadap ekspresi tersebut, sehingga lahirlah realitas sosial yang diyakini sebagai “kebenaran” bersama mengenai gambaran diri.

Seiring waktu, realitas sosial yang telah bersifat objektif tersebut tidak lagi dilihat sebagai sekedar opini atau standar luar yang subjektif, melainkan menjadi bagian dari cara mereka memahami diri sendiri, sebuah kebenaran yang sudah melekat dalam kehidupan mereka. Inilah yang menunjukkan bahwa proses internalisasi sudah terjadi, dimana para remaja perempuan SMAN 10 Bandung tidak hanya menerima realitas sosial itu, tetapi menjadikannya kesadaran pribadi. Konsep kecantikan yang awalnya dibentuk dari luar diri, kemudian diserap dan dipercayai sebagai bagian dari identitas mereka, misalnya ketika mereka mulai merasa tidak percaya diri tanpa bantuan *makeup*, atau merasa tidak bernilai tanpa pujian.

Dengan demikian, konsep diri mereka tidak lahir secara biologis, melainkan dibentuk dalam ruang sosial melalui interaksi, penilaian, dan interpretasi yang berulang dalam suatu lingkungan sosial. Identitas menjadi hasil dari pergulatan antara ekspresi diri, tanggapan sosial, dan penyerapannya dalam kesadaran. Dalam proses inilah konstruksi realitas

sosial membentuk pemahaman mereka tentang siapa diri mereka dan bagaimana seharusnya mereka menjadi.

4.2 Refleksi terhadap Diri dan Standar Kecantikan

Kecantikan merupakan konsep yang tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik, tetapi juga berkaitan erat dengan cara individu memandang dirinya sendiri, interaksi sosial hingga konstruksi makna yang dibentuk oleh media dan budaya populer yang terus berkembang. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung memberikan pandangan yang sangat beragam tentang apa yang mereka anggap cantik, bagaimana mereka merasakannya, dan bagaimana hal ini berhubungan dengan standar yang ada di sekitarnya.

Dalam konteks remaja perempuan, khususnya siswi SMAN 10 Bandung, refleksi terhadap diri sendiri terhadap kecantikan tidak bersifat tunggal. Kecantikan dimaknai secara subjektif dan kontekstual, mencakup bagaimana seseorang merasa dihargai, dipuji, dan diterima dalam lingkungan sosialnya. Pengalaman-pengalaman ini memperlihatkan bahwa kecantikan bukan sekedar kategori estetis, tetapi juga pengalaman afektif yang membentuk rasa keberhargaan diri. Hal ini mencerminkan betapa sensitifnya mereka dalam merespon nilai-nilai eksternal yang berkaitan dengan kecantikan.

Refleksi terhadap standar kecantikan yang beredar dan seringkali dikaitkan dengan ciri-ciri fisik tertentu, seperti kulit putih dan bersih, tubuh langsing, dan wajah yang dianggap “sempurna” disadari bersama remaja perempuan SMAN 10 Bandung dan seringkali menjadi acuan sosial yang mempengaruhi cara melihat diri mereka. Meskipun begitu, mereka cenderung memilih untuk menilai kecantikan berdasarkan berdasarkan kenyamanan dengan tubuh dan penampilan mereka sendiri, dan berusaha untuk tidak terjebak dalam tekanan untuk memenuhi ekspektasi orang lain. Namun, ada pula kesadaran akan ketidaksesuaian diri dengan standar kecantikan yang berkembang, yang kerap kali tidak realistis dan seragam, sehingga menimbulkan rasa ketidakamanan atau *insecure*. Perasaan ini kemudian diatasi dengan berbagai cara seperti perawatan fisik, penggunaan makeup, atau mengandalkan filter kecantikan di media sosial untuk menciptakan versi “terbaik” dari diri mereka di ruang digital.

Pandangan remaja perempuan SMAN 10 Bandung memperlihatkan bahwa kecantikan tidak hanya dipahami tentang penampilan fisik, tetapi juga berkaitan erat dengan rasa nyaman, penerimaan diri, serta pengaruh dari lingkungan sekitar. Dalam kehidupan sehari-hari mereka kerap berada dalam titik tarik-menarik antara keinginan untuk tampil menarik menurut standar kecantikan yang dominan, dan kebutuhan untuk merasa nyaman dan menjadi diri sendiri. Tindakan seperti merawat diri atau menyesuaikan penampilan untuk tampil lebih “cantik” tidak selalu dimaknai sebagai

bentuk kepatuhan pada standar kecantikan, melainkan sebagai bagian dari upaya untuk berdamai dengan tubuh dan identitas mereka.

Refleksi ini menunjukkan bahwa kecantikan dimaknai secara personal dan beragam pada tiap individu. Ia tidak hadir sebagai kategori yang tetap, melainkan sebagai sesuatu yang dinegosiasikan dari waktu ke waktu, antara diri dan lingkungan sosial. Dengan demikian, pemahaman awal yang muncul dari refleksi ini membuka ruang bagi pembahasan selanjutnya mengenai bagaimana remaja perempuan SMAN 10 Bandung mendefinisikan kecantikan secara lebih jelas dan bagaimana standar kecantikan dibentuk dalam konteks sosial mereka, serta bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi cara mereka melihat diri sendiri, membentuk identitas dan rasa percaya diri.

4.2.1 Definisi dan Standar Kecantikan dalam Pandangan Remaja SMAN 10 Bandung

Pandangan remaja mengenai kecantikan pada dasarnya merupakan hasil interaksi antara pengalaman personal dan pengaruh sosial. Dalam konteks ini, remaja perempuan SMAN 10 Bandung menunjukkan bagaimana definisi dan standar kecantikan mereka dibentuk tidak hanya oleh pemahaman individu, tetapi juga oleh dinamika sosial di sekitarnya, termasuk melalui keluarga, teman sebaya, media sosial, hingga tren kecantikan yang terus berkembang di masyarakat. Konstruksi ini menegaskan bahwa persepsi terhadap kecantikan bukanlah sesuatu yang statis atau individual, melainkan

hasil proses sosial yang kompleks dalam membentuk realitas tentang apa yang disebut “cantik”.

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung umumnya memiliki pemahaman bahwa kecantikan tidak hanya terbatas pada penampilan fisik, tetapi juga mencakup aspek non-fisik seperti kepribadian, akhlak, bahkan prestasi. Namun terdapat perbedaan penekanan antara satu individu dengan yang lain dalam mendefinisikan kecantikan. Mayoritas dari mereka sepakat bahwa kecantikan “luar dan dalam” adalah ideal, namun dalam praktiknya, standar kecantikan fisik seperti kulit putih, hidung mancung, dan alis tebal tetap menjadi acuan utama.

Informan D menjadi salah satu informan yang paling menekankan bahwa kecantikan adalah sesuatu yang menyeluruh, mencakup perpaduan antara kebersihan, penampilan fisik, serta pancaran aura positif dari dalam diri.

“Definisi cantik menurut aku ya, lebih ke bersih sama wangi, menurutku titik tercantik wanita tuh selain dari penampilan ya pastinya, itu harus wangi dan juga bersih. Menurut aku kecantikan itu juga berkesinambungan, harus dari physically nya terus dari dalam hati nya juga, dan bagaimana kita merawat nya jadi bisa bikin cantik yang luar dalam, jadi orang tuh senang gitu melihat kita, karena yang tadi dibidang juga aura dan aura itu gak bisa dibeli.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Pandangan ini didukung oleh informan SH yang menyatakan bahwa cantik itu adalah harmoni antara tampilan fisik dan karakter, dan bahwa kepribadian yang baik mempengaruhi bagaimana seseorang dipandang oleh orang lain. Lebih jauh, informan SA dan F juga

sepakat bahwa kepribadian tidak bisa dipisahkan dari kecantikan fisik, dan menjadi pelengkap yang esensial. Namun demikian, narasi yang lebih menekankan fisik juga muncul. Informan R menyebut kecantikan sebagai sesuatu yang “*perfect*” merujuk pada kulit mulus, bersih, dan manis.

“Kecantikan ya, sama aja sih kaya yang aku sempet bilangin itu ke kondisi fisik gitu, bersih terus mulus, perfect...tapi ya gitu sih yang manis gitu, mulus, perfect.” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Sementara itu, informan Y juga mengaitkan kecantikan dengan aspek fisik merujuk pada kesan “*perfect*”, namun ia melihat adanya pergeseran makna. Ia menyoroti bahwa saat ini kecantikan tidak hanya merujuk pada tampilan fisik semata, tetapi juga berkaitan dengan prestasi dan pencapaian sosial. Bagi Y, perubahan ini terasa membingungkan, sebab ia memahami kecantikan sebagai sesuatu yang melekat pada fisik.

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengakui bahwa standar penampilan fisik yang dianggap “cantik” sangat dipengaruhi oleh tren media sosial dan standar kecantikan umum. Informan D, menyebutkan tiga elemen utama kecantikan wajah seperti hidung mancung, alis tebal dan kulit cerah.

“...makanya tiga hal itu tuh menurut aku standar cantik aku, aku suka sama alis yang tebal, terus hidungnya mancung sama kulitnya bagus, cerah” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Informan SH menambahkan karakteristik fisik lainnya yang lebih lengkap dan merujuk pada kesempurnaan penampilan ala model,

seperti “*body goals*”, hidung mancung, bulu mata lentik, alis yang rapi, rambut yang bergelombang, dan tinggi semampai.

“Orang-orang yang menurut aku cantik, kalau kata aku saat ini yang body goals, terus yang hidungnya mancung, bulu matanya lentik, yang alis nya bagus, juga rambutnya di curly-curly gitu, yang okelah pokoknya kayak model-model gitu, kelihatan sih model-model itu beneran cantik, tinggi juga.” (informan SH dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh informan SA dan F, mencakup kulit putih, hidung mancung, dan alis tebal. Keduanya secara eksplisit menandai ciri-ciri tersebut sebagai bagian dari “*beauty standard Indonesia*” yang dianggap telah menjadi acuan umum di masyarakat.

“Penampilan fisik yang cantik menurut aku itu yang kulitnya putih, terus kalau muka itu yang hidungnya mancung, terus yang alisnya tebal, beauty standar yang umum di indonesia aja sih.” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Berbeda dari lainnya, informan R dan Y lebih menekankan bahwa tren media sosial, khususnya *TikTok*, sangat mempengaruhi pandangan mereka terhadap standar kecantikan. Mereka mengasosiasikan tampilan wajah “cantik” dengan wajah yang menyerupai hasil makeup, seperti yang banyak dijumpai dalam konten-konten viral dan iklan brand kecantikan.

“...standar TikTok sih ... yang ngikutin yang tampilan makeup yang bagus gitu, yang enak dilihat, kayak mirip make up tuh kan cantik, nah ngikutin yang mirip make up gitu, terus yang ditunjukkan sama brand-brand nya gitu, kayak gimana” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Pandangan mereka menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menyebarkan tren, tetapi juga membentuk persepsi visual tentang

wajah yang “ideal” yang seringkali identik dengan riasan yang presisi, kulit mulus, dan estetika visual tertentu.

Pandangan remaja perempuan SMAN 10 Bandung terhadap kecantikan juga tidak bersifat statis. Seiring pertambahan usia, paparan media, dan pengalaman sosial, definisi tentang cantik mengalami perubahan. Informan SA mengakui bahwa dulu ia menganggap putih adalah syarat mutlak kecantikan, namun sekarang pandangannya berubah setelah melihat influencer yang menormalisasi kulit gelap. Informan F juga mengalami hal serupa, kehadiran *public figure* seperti Jennifer Coppen yang tampil percaya diri dengan kulit *tan* membuatnya lebih terbuka terhadap keberagaman warna kulit dalam definisi kecantikan.

Sementara itu, informan R menilai bahwa pemahamannya akan kecantikan berubah seiring usia dan perkembangan tren di media sosial. Ia merasa bahwa kedewasaan turut membantunya dalam memahami bahwa standar cantik tidak bersifat tetap, apalagi dengan perkembangan tren makeup sebagai acuan penampilan menarik. Informan Y juga menyampaikan pandangan serupa. Menurutnya, masa pubertas dan perkembangan zaman turut membentuk cara pandangnya terhadap kecantikan. Perubahan cara pandang ini memperlihatkan bahwa standar kecantikan bukan sesuatu yang bersifat bawaan atau tetap, melainkan sangat dipengaruhi oleh konteks perkembangan usia dan arus media.

Perubahan ini tak lepas dari pengaruh lingkungan sosial yang turut membentuk cara pandang mereka terhadap kecantikan. Bagi informan D, keluarga memiliki pengaruh besar terhadap pandangannya mengenai apa yang dianggap sebagai kecantikan. Ia merasa bahwa pujian mampu membangkitkan rasa percaya dirinya, namun komentar negatif yang dilontarkan dalam situasi sensitif bisa sangat menyakitkan dan melukai perasaan secara mendalam. Pengalaman serupa juga dialami oleh informan SH. Ia merasakan bahwa komentar dari orang-orang terdekat seperti ibu, kakak, atau teman-teman sangat memengaruhi persepsi dirinya terhadap kecantikan. Ketika menerima pujian "cantik", ia merasa lebih percaya diri untuk menampilkan dirinya, seperti saat mengunggah foto di media sosial. Namun, komentar negatif, meskipun disampaikan dengan nada bercanda, dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman yang membuatnya terganggu. Pengalaman ini mencerminkan bagaimana tanggapan sosial dari lingkungan sekitar menjadi faktor penting dalam membentuk konsepsi kecantikan dan cara pandang remaja terhadap citra fisik mereka.

Sementara itu, informan SA dan F menunjukkan adanya dinamika dalam menanggapi pengaruh sosial tersebut. Mereka menyadari bahwa pandangan orang lain, termasuk keluarga dan teman, sempat sangat memengaruhi pandangan mereka terhadap kecantikan. Namun, seiring waktu, keduanya mulai mencoba

membangun pandangan yang lebih mandiri dengan belajar menerima diri, menurunkan sensitivitas terhadap ekspektasi eksternal, dan lebih berfokus pada apa yang mereka anggap penting bagi diri mereka sendiri. Hal ini menandai adanya proses negosiasi diri antara tekanan sosial dan dorongan untuk menciptakan makna kecantikan yang lebih otonom dan personal.

Di sisi lain, informan R dan Y menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan juga bersifat relatif dan bahkan kontradiktif. R merasa bahwa keluarganya memuji kecantikannya, namun ia menyadari bahwa pandangan dari orang lain bisa saja sangat berbeda. Ia pernah mengalami situasi di mana dirinya dianggap cantik oleh orang-orang yang mengenalnya terlebih dahulu lewat sosial media, tetapi dinilai sebaliknya oleh setelah mengenal dirinya di dunia nyata. Hal serupa juga dirasakan oleh Y, yang merasa lebih diapresiasi secara visual di *platform* seperti *TikTok*, tetapi justru tidak mendapat pengakuan serupa dalam lingkungan sekolah. Hal ini memperlihatkan bagaimana arena sosial yang berbeda antara media sosial dan kehidupan sehari-hari dapat melahirkan standar kecantikan yang bertentangan. Dalam konteks ini, pandangan remaja perempuan SMAN 10 Bandung terhadap kecantikan menjadi sesuatu yang dinamis, berlapis, dan sangat kontekstual.

Beberapa informan, seperti D dan SH, menyoroti bahwa standar kecantikan saat ini memiliki dua sisi yang bertolak belakang. Di satu sisi, mereka melihat bahwa standar tersebut semakin terbuka terhadap keberagaman, termasuk dalam hal warna kulit dan ciri khas wajah. Remaja kini lebih mudah mengakses informasi akan versi kecantikan yang dianggap sesuai dengan identitas pribadi mereka. Namun di sisi lain, ekspektasi yang dibangun melalui media sosial terutama *TikTok* seringkali menciptakan tekanan tersendiri. Standar yang terus menerus ditampilkan dalam bentuk tampilan visual yang seragam dan terkurasi membuat sebagian dari mereka merasa harus memenuhi tuntutan tertentu, terutama ketika baru pertama kali menyadari keberadaan “standar kecantikan” tersebut.

Pandangan serupa juga disampaikan oleh SA dan F yang menekankan bahwa persepsi terhadap standar kecantikan bergantung pada preferensi dan cara pandang masing-masing individu. Mereka menyadari bahwa setiap orang memiliki definisi berbeda mengenai kecantikan, sehingga sulit untuk menentukan apakah standar itu bersifat ketat atau terbuka. Di media sosial, wajah-wajah yang dianggap cantik bisa sangat beragam tergantung selera audiensnya. Maka bagi mereka, standar kecantikan lebih bersifat subjektif daripada universal.

Namun demikian, sisi lain dari realitas ini ditunjukkan oleh informan R dan Y yang melihat bahwa standar kecantikan kini bahkan ditanamkan sejak usia yang sangat muda. Mereka mengamati bahwa anak-anak sekolah dasar pun sudah memahami dan mencoba menerapkan gambaran umum citra “cantik”, seperti melalui penggunaan makeup sejak dini. Fenomena ini menunjukkan bahwa paparan mengenai standar kecantikan telah menjangkau anak-anak yang bahkan belum sepenuhnya matang secara emosional. Hal ini menandakan betapa kuatnya peran media sosial dalam menanamkan konstruksi kecantikan dan pemahaman akan citra diri sejak usia dini, bahkan sebelum konsep reflektif terhadap identitas dirinya sendiri terbentuk.

Pandangan remaja perempuan SMAN 10 Bandung menjadi cerminan dari bagaimana konstruksi realitas sosial atas kecantikan bekerja dalam kehidupan remaja perempuan. Kecantikan bukanlah sesuatu yang hadir begitu saja, melainkan hasil dari dialektika yang terdiri dari tiga tahap: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi sebagaimana dijelaskan dalam teori Konstruksi Realitas Sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann.

Narasi kecantikan yang tersebar melalui media sosial, *influencer* dan institusi sosial menjadi titik awal proses eksternalisasi. Dalam kehidupan sehari-hari, remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengekspresikan pemahaman mereka tentang

apa yang dianggap cantik melalui pilihan riasan, gaya berpakaian, hingga konten yang mereka konsumsi dan bagikan. Mereka menyerap nilai-nilai visual yang dominan di *TikTok* dan platform digital lain, lalu merepresentasikannya dalam preferensi dan ekspresi diri masing-masing.

Objektivasi terjadi saat berbagai representasi tersebut diterima secara luas dan menjadi standar umum yang dianggap wajar, bahkan seolah-olah bersifat alamiah.. Kesamaan persepsi mengenai ciri-ciri wajah yang dianggap menarik seperti seperti kulit putih, hidung mancung, alis tebal, dan bentuk tubuh ideal mencerminkan bahwa standar-standar ini telah “diobjektifkan” dalam pikiran remaja sebagai fakta sosial yang nyata.

Tahap internalisasi tampak ketika para remaja mulai mempercayai dan menerapkan standar itu dalam penilaian terhadap diri sendiri maupun orang lain. Penilaian orang lain, seperti komentar dari teman sebaya atau keluarga menjadi penting dalam membentuk cara mereka melihat diri sendiri. Pujian yang selaras dengan standar dominan meningkatkan rasa percaya diri, sementara komentar negatif dapat menimbulkan perasaan tidak cukup baik. Dalam proses ini, realitas sosial tidak lagi hanya berasal dari luar, tetapi telah dibentuk menjadi bagian dari kesadaran pribadi dan memengaruhi identitas para remaja.

Meskipun demikian, proses ini tidak bersifat final atau statis. Sebagian remaja mulai mengalami perubahan cara pandang terhadap kecantikan setelah terpapar pada pengalaman baru dan representasi yang lebih beragam. Mereka mulai merekonstruksi ulang kategori kecantikan yang semula mereka yakini. Representasi alternatif, seperti *public figure* dengan warna kulit gelap atau gaya yang tidak konvensional, membuka ruang bagi definisi kecantikan yang lebih inklusif dan kontekstual.

Dalam kehidupan remaja perempuan SMAN 10 Bandung, realitas tentang kecantikan terbentuk dari kombinasi pengaruh media sosial, keluarga, pertemanan, serta pengalaman pribadi yang terus berinteraksi dan membentuk pemahaman diri. Mereka tidak sekadar mengadopsi standar kecantikan yang dibentuk masyarakat, tetapi juga terlibat aktif dalam meredefinisi dan membangun makna baru tentang kecantikan seiring dengan perubahan sosial yang mereka alami.

4.2.2 Konstruksi Standar Kecantikan Digital: *TikTok*, Filter Kecantikan, dan *AR Beauty* dalam Pandangan Remaja

Konstruksi realitas sosial atas kecantikan membentuk cara individu memandang diri mereka sendiri. Di sinilah refleksi terhadap tubuh dan wajah menjadi medium tempat remaja perempuan SMAN 10 Bandung menilai apakah mereka “cukup” sesuai dengan harapan sosial. Dalam konteks media sosial *TikTok*,

standar kecantikan tidak hanya hadir sebagai gambaran pasif yang dilihat tetapi bekerja aktif melalui teknologi seperti filter kecantikan berbasis *Augmented Reality* yang menghadirkan versi diri yang dianggap lebih ideal. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung tidak sekadar melihat, tetapi berinteraksi dan membandingkan diri mereka dengan versi digital yang dibentuk melalui algoritma, efek visual, dan norma-norma visual baru.

Bagi sebagian besar remaja perempuan SMAN 10 Bandung, penggunaan filter kecantikan dianggap sebagai alat yang menyenangkan dan berguna untuk meningkatkan penampilan agar terlihat lebih menarik. Informan D menyatakan bahwa filter kecantikan digunakan untuk meningkatkan tampilan, tidak hanya untuk wajah tetapi juga suasana.

“Kalau aku, filter kecantikan TikTok itu untuk menghalus wajah gitu biar mulus, aku pakai yang menghalusnya, jadi lebih ke apa ya biar bagus aja gitu, bukan mukanya aja sih lebih ke suasananya juga gitu.” (informan D dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Pandangan serupa muncul dari informan SH yang memandang filter kecantikan sebagai sesuatu yang berguna, asalkan tidak digunakan secara berlebihan.

“Filter kecantikan itu untuk mempercantik diri tapi kalau berlebihan juga enggak baik... karena pasti nya kalau ketemu asli sama kita lihat di Tik Tok pasti beda” (informan SH dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Informan SA menjadikan filter kecantikan sebagai sarana untuk bersenang-senang sekaligus alat untuk meningkatkan tampilan

wajah, dimana ia merasakan kesenangan tersendiri saat melihat wajahnya terlihat lebih menarik dengan filter kecantikan.

“Buat happy-happy aja sih, tapi kadang aku butuh juga karena kayak buat ningkatin penampilan” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Hal senada diungkapkan oleh informan F, R, dan Y yang menyebut bahwa filter kecantikan membantu membuat wajah mereka tampak lebih cantik.

“Filter kecantikan TikTok tuh kalau buat aku itu untuk mempercantik, terus untuk mempermulus muka aku, bikin cantik sih, bikin aku beda dari aslinya.” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengidentifikasi adanya ketidaksesuaian antara wajah dalam filter kecantikan dan realitas wajah mereka. Informan D menilai bahwa hasil filter kecantikan hanya tampak realistis bagi orang yang memang sudah memenuhi standar kecantikan tertentu, sementara bagi mereka yang belum sesuai memenuhi standar kecantikan tersebut, tampilan dari filter kecantikan menciptakan jarak yang tidak masuk akal dengan realitas. Informan SH menyoroti bentuk wajah dalam filter yang kerap terlalu tirus disertai hidung yang terlalu mancung, sementara informan SA mengkritik efek pemutih yang membuat kulit terlihat tidak alami, menyerupai warna “putih tembok”.

Bagi remaja perempuan SMAN 10 Bandung, wajah-wajah yang dimunculkan oleh filter kecantikan bukan sekadar hasil tampilan digital, tetapi juga menjadi tolak ukur baru yang secara

tidak langsung mendorong mereka untuk menyerupainya. Informan D mengakui adanya “dorongan” internal untuk menyesuaikan diri dengan versi dirinya yang telah dimodifikasi filter kecantikan. Pengalaman serupa dialami oleh informan SH yang merasa perlu menyembunyikan kekurangan pada wajahnya seperti noda bekas jerawat atau bruntusan, agar penampilannya mendekati tampilan ketika menggunakan filter kecantikan.

Dorongan serupa juga dirasakan oleh informan SA, R dan F. Ketiganya mengungkapkan bahwa penggunaan filter kecantikan yang membuat tampilan wajah menjadi lebih halus melahirkan keinginan untuk memiliki kondisi serupa dengan versi digital tersebut. Akibatnya, mereka terdorong untuk menggunakan produk perawatan wajah guna mengejar tampilan wajah yang dianggap ideal. Di sisi lain, informan Y menyoroti faktor eksternal, yaitu tekanan sosial yang ia rasakan dari lingkungan sekitarnya. Menurutnya, perbedaan antara wajah asli dan wajah digitalnya dalam video *TikTok* seringkali menjadi bahan komentar, sehingga memunculkan tekanan untuk tampil sesuai dengan ekspektasi visual yang dibentuk oleh media sosial. Secara keseluruhan, wajah yang “sempurna” sebagaimana ditampilkan oleh filter kecantikan bukan hanya menjadi referensi estetika semata, melainkan menjadi semacam harapan yang terus menghantui, membuat beberapa dari

mereka merasa kurang percaya diri saat tampil tanpa filter kecantikan.

Perasaan ketergantungan penggunaan filter kecantikan lambat laun menjadi kebiasaan yang sulit dilepaskan. Bagi informan D tampil tanpa filter kecantikan membuat dirinya merasa tampak kurang menarik dan tidak percaya diri. Hal yang sama dirasakan oleh informan SH dan F yang menekankan pentingnya efek penghalus atau *smooth* dalam filter kecantikan. Keduanya mengungkapkan bahwa tanpa filter kecantikan, wajah menjadi terasa “aneh” atau “kurang”, seolah ada bagian yang hilang dari penampilan mereka. Ketergantungan ini semakin memperkuat posisi filter kecantikan sebagai penentu layak tidaknya wajah ditampilkan di media sosial. Filter kecantikan bukan lagi sekadar alat bantu visual atau kosmetik digital, tetapi juga menjadi semacam syarat sosial untuk merasa cukup dan diterima.

Lebih jauh, filter kecantikan tidak hanya memperbaiki penampilan, tapi juga bekerja sebagai agen perubahan dan penguatan standar kecantikan. Informan D melihat bahwa filter kecantikan mendorong pengguna untuk mengejar standar tertentu.

“...filter kecantikan sangat berpengaruh ya apalagi dalam pandangan atau pikiran orang-orang awam, itu sangat bahaya sih menurut aku karena mereka bakal merasa harus ngejar, kan?. Gimana ya, filter kecantikan tuh merubah si standarnya dan diperkuat juga sama dia.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Informan SH dan SA mengungkapkan bahwa filter kecantikan tidak hanya memperindah tampilan visual, tetapi juga secara halus seolah mendorong orang untuk menjadi “lebih” dari diri mereka yang sebenarnya.

“Filter kecantikan tuh sangat berpengaruh ya, yang kasihan itu yang obsessed sih, kayak yang tadi aku bilang, dia pengen cantik kayak standar Tik Tok, yang kayak filter-filter TikTok, ketika aslinya gak kayak gitu kasihan juga, dia bakal terus-terusan aja. Secara gak langsung tuh, filter kecantikan ini mengubah standar, mengubah standar kecantikan, akhirnya standar kecantikan yang dirubahin ini diperkuat juga.” (informan SH dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Informan R dan Y bahkan menyatakan bahwa filter kecantikan dapat membuat seseorang merasa perlu melakukan tindakan ekstrem seperti operasi plastik demi menyesuaikan diri.

“Memperkuat sih, kayak misalnya di TikTok contohnya si cimoy, kan pasti bakal beda kalau pake filter, dia aslinya kan sebelum operasi jelek banget terus kan dia jadi operasi, perawatan terus ditambah filter juga biar memperhalus dan jadi kelihatan cantik.” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025).

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung mulai memahami bahwa keberadaan teknologi *AR Beauty* menciptakan wajah “ideal” dengan menambah atau menghapus elemen tertentu yang dianggap kurang menarik. Meski pada awalnya digunakan untuk bersenang-senang, semakin lama mereka menyadari bahwa pengalaman menggunakan filter kecantikan membawa dampak lanjutan terhadap bagaimana mereka memandang diri sendiri. Muncul semacam rasa tidak puas terhadap wajah asli, keengganan untuk tampil tanpa filter kecantikan, dan kekhawatiran akan tanggapan orang lain jika wajah

yang ditampilkan tidak sesuai dengan versi “ideal” yang selama ini dibentuk.

Informan D merasa dirinya jadi mudah membandingkan diri dengan orang lain di *TikTok*, dan menganggap filter kecantikan sebagai alat pemenuh “kepuasan” visual.

“Kalau menurut aku sih itu bisa menjadi kepuasan seseorang ya filter kecantikan itu. Kepuasan dalam arti, misalkan contohnya aku kayak yang banyak permasalahan kulit, mencoba filter yang mulus, yang perfect. ”Oh iya dulu juga kayak gini, kayak dulu gimana ya kalau misalkan aku waktu itu nggak nyoba salah satu produk ini, mungkin aku nggak jadi kayak sekarang, bakal semulus apa”, yang aku mau bilang itu aku jadi kadang membandingkan. Tergantung ke kondisi kita saat itu, moodnya saat itu juga ya, pemikiran juga lagi gimana sebenarnya.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Informan SA merasa dirinya tampak kurang menarik jika tidak menggunakan filter kecantikan, terutama karena wajahnya terasa pucat. Hal serupa juga dirasakan oleh informan F, yang menyatakan bahwa bahkan menggunakan *makeup* pun, ia merasa masih perlu menambahkan filter kecantikan untuk menyempurnakan penampilannya. Sementara itu, informan R menunjukkan bentuk keterikatan yang lebih erat, dengan mengaku seringkali mengedit tampilan wajahnya secara berulang sebelum diunggah ke media sosial *TikTok*. Ia merasa wajah aslinya selalu “kurang” sehingga perlu “diatur” hingga mencapai standar visual yang dianggapnya layak untuk ditampilkan. Perasaan ini secara perlahan membentuk tekanan internal untuk selalu menyempurnakan diri agar tampil sesuai dengan versi digital. Dampak lanjutan terhadap bagaimana mereka

memandang diri sendiri ini menumpuk menjadi beban. Tekanan ini menciptakan jarak antara citra diri digital dan citra diri nyata.

Wajah ideal yang direpresentasikan oleh filter kecantikan di media sosial diasosiasikan oleh remaja perempuan SMAN 10 Bandung dengan bentuk hidung mancung, kulit putih, serta efek makeup digital. Informan D dan SH menyebut detail seperti wajah tirus, hidung mancung, alis tebal dan bulu mata lentik.

“Yang tirus gak sih? Iya yang tirus, hidung mancung, alisnya gak yang terlalu tebal tapi oke gitu kalau dilihat terus yang bulu matanya lentik.” (informan SH dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Sementara itu, informan SA dan F menyoroti efek kulit putih, serta fitur seperti shading pada hidung yang menyerupai teknik kontur dalam makeup untuk menciptakan kesan hidung lebih mancung, dan bulu mata yang lentik.

“Pertama itu yang kulitnya putih, yang hidungnya tuh kayak ada shadingnya gitu, mancung kali ya, terus yang bulu matanya lentik.” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Pandangan ini juga sejalan dengan pendapat informan R dan Y yang menambahkan bahwa tampilan wajah dalam filter kecantikan biasanya terlihat mulus dan dimodifikasi dengan tambahan efek makeup digital. Namun, wajah yang ditampilkan filter kecantikan seringkali menampilkan wajah yang terlalu tirus, hidung yang terlalu mancung, atau kulit yang sangat putih. Ciri-ciri ini dianggap tidak realistis dan tidak mencerminkan karakteristik wajah khas orang Indonesia. Informan D dan SA sepakat bahwa bahwa kulit orang Indonesia umumnya cenderung kuning langsung atau sawo

matang, bukan putih terang dan pucat sebagaimana kerap muncul dalam filter kecantikan.

“...Kebanyakan orang-orang indonesia tuh kulitnya kuning langsung, sawo matang, tan gitu, nah kalau di filter tuh pada jadi putih banget dan kaya orang luar gitu.” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Senada dengan itu, informan SH dan F mengamati bahwa filter kecantikan kerap mengubah bentuk wajah menyerupai orang luar negeri atau keturunan blasteran

“Ada yang kayak gitu sih, ada tapi gak semua...yang mancung banget tuh kan bisa aja tuh blasteran, jadi memang bukan full Indonesia sih karena kalau fitur yang Indonesia tuh gak yang mancung-mancung banget gitu.” (informan SH dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Meskipun beberapa remaja perempuan SMAN 10 Bandung seperti informan D dan SH menolak untuk menyesuaikan diri dengan versi wajah dalam filter kecantikan, sebagian lainnya justru merasa terdorong untuk menyamakan penampilannya. Informan SA, R dan Y mengaku berusaha untuk menyamakan tampilan wajah mereka agar tidak terlalu berbeda dari versi yang telah dimodifikasi oleh filter kecantikan, khususnya saat unggahan mereka di *TikTok* berpotensi dibandingkan dengan realitas mereka di kehidupan nyata.

Akhirnya, sebagian besar remaja mengakui bahwa eksistensi standar kecantikan di *TikTok* memengaruhi persepsi diri mereka. Namun, pengaruh ini tidak bersifat seragam. Informan D dan SH mengatakan bahwa mereka lebih mampu menjaga persepsi diri yang positif ketika dalam kondisi percaya diri

“...kalau muka aku lagi baik-baik aja, lagi kondisinya bagus, lagi percaya diri nggak pengaruh sih ke gimana aku menilai muka aku, kalau misalkan muka aku lagi membutuhkan filter ya oke kita pake filter.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Sebaliknya, informan F dan R, mengungkapkan bahwa mereka kerap merasa kurang atau tidak cukup cantik jika membandingkan wajah mereka dengan wajah digital di media sosial *TikTok*. Hal ini diperkuat pula oleh informan Y yang mengalami tekanan serupa. Perbandingan terus-menerus dengan wajah yang telah dimodifikasi oleh filter kecantikan membuat mereka meragukan kecatikan alami diri sendiri dan melahirkan perasaan tidak cukup cantik.

Temuan ini menunjukkan bahwa standar kecantikan digital di *TikTok* tidak lahir secara alamiah, melainkan merupakan hasil konstruksi sosial yang berlangsung secara bertahap dan berulang, sebagaimana dijelaskan dalam teori Konstruksi Realitas Sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Dalam kerangka ini, realitas sosial dibentuk melalui tiga tahap dialektis: eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi.

Eksternalisasi tampak ketika remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengekspresikan gagasan tentang wajah ideal melalui penggunaan filter kecantikan, mengikuti tren visual, dan mengunggah konten yang menampilkan versi diri yang telah disesuaikan dengan estetika media sosial. Objektifikasi kemudian terjadi ketika tampilan hasil filter kecantikan yang terus-menerus digunakan dan disebarluaskan mengalami normalisasi. Estetika

wajah yang dimodifikasi menjadi tampak nyata, sah, dan diakui sebagai “standar kecantikan.”. Akhirnya, internalisasi berlangsung ketika remaja mulai mempersepsi wajah digital sebagai tolak ukur dalam menilai diri sendiri. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung merasa harus memenuhi ekspektasi visual itu agar bisa diterima, bahkan oleh diri mereka sendiri.

Realitas kecantikan yang semula bersifat digital dan artifisial menjadi bagian dari kesadaran individu dan norma kolektif. Konstruksi ini tidak hanya mengubah cara remaja melihat wajah dan tubuh mereka, tetapi juga membentuk nilai-nilai tentang siapa yang dianggap menarik, layak dilihat, dan diterima dalam ruang digital. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung tidak hanya berperan sebagai pengguna media, tetapi juga penerima dan pelaksana nilai-nilai visual yang direproduksi oleh media digital. Realitas kecantikan di *TikTok* bukan lagi sekadar tentang wajah yang difilter, melainkan tentang bagaimana wajah yang difilter menjadi wajah yang diidealkan dan pada akhirnya dipercayai sebagai wajah yang "seharusnya dimiliki".

4.3. Praktik Penggunaan Filter Kecantikan oleh Remaja Perempuan SMAN 10 Bandung

4.3.1 Kebiasaan dan Preferensi dalam Menggunakan Filter Kecantikan

Dalam keseharian bermedia sosial, terutama di *TikTok*, remaja perempuan SMAN 10 Bandung menunjukkan pola penggunaan filter kecantikan yang konsisten, selektif dan strategis. Filter-filter kecantikan tersebut tidak hanya digunakan untuk mempercantik penampilan, tetapi juga untuk menyesuaikan diri dengan standar visual yang tengah populer di *platform* tersebut. Motivasi penggunaannya pun beragam, mulai dari kebutuhan untuk merasa lebih percaya diri, mengikuti tren, hingga menyesuaikan tampilan dengan estetika digital. Penggunaan filter kecantikan menjadi praktik harian yang sangat dipengaruhi oleh dinamika sosial dan budaya digital.

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung umumnya menggunakan filter kecantikan secara rutin ketika membuat konten di *TikTok*, meskipun tingkat intensitas penggunaannya bervariasi. Kebiasaan ini dapat dikelompokkan kedalam tiga tingkatan yakni intensitas sedang, intensitas sering, dan intensitas selalu. Namun, intensitas penggunaan ini tidak serta-merta mempengaruhi pemilihan jenis filter kecantikan yang digunakan. Baik yang menggunakan filter kecantikan sesekali maupun secara konstan,

pemilihan filter kecantikan lebih banyak dipengaruhi oleh inspirasi visual yang muncul dalam algoritma *For You Page* (FYP) dan dirasa menarik dan cocok untuk diri mereka. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung cenderung menyukai filter kecantikan yang memberikan tampilan alami khususnya yang memberikan efek halus dan memperindah fitur wajah secara ringan dibandingkan dengan yang mengubah wajah secara drastis.

Informan D, misalnya, mengaku menggunakan filter kecantikan dengan intensitas sedang, yaitu sekitar enam dari sepuluh kali membuat konten. Ia cenderung memilih filter kecantikan dengan efek penghalus wajah, karena dianggap tidak mengubah bentuk wajah secara drastis.

“Aku kadang-kadang sih, mungkin persentasenya 6/10, tapi kalau filter kecantikan yang efeknya cuma penghalus doang aku selalu pake sih.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Sementara itu, informan SH dan SA cenderung lebih sering menggunakan filter kecantikan, khususnya jenis yang memperhalus tampilan kulit wajah. Penggunaan filter kecantikan bagi mereka telah menjadi bagian rutin dalam membuat video *TikTok*, meskipun motivasi pembuatan video *TikTok* bisa tergantung pada suasana hati atau niat. Intensitas penggunaan filter kecantikan menjadi lebih tinggi pada informan F, R, dan Y yang selalu menggunakan filter kecantikan setiap kali membuat konten *TikTok*. Bagi mereka penggunaan filter kecantikan bukan sekadar soal estetika, melainkan

juga menyangkut kebutuhan emosional untuk merasa percaya diri dan aman saat tampil di ruang publik digital.

Dalam konteks penggunaan, remaja perempuan SMAN 10 Bandung umumnya menggunakan filter kecantikan tidak hanya untuk video *TikTok*, tetapi juga untuk *selfie*, *story*, dan bahkan foto yang diunggah di *platform* lain seperti *Instagram*. Informan D menyebut bahwa ia menggunakan filter kecantikan terutama untuk *selfie* dan *story* pada *platform TikTok*. Sementara itu, informan SH dan SA lebih sering menggunakan filter kecantikan untuk video-video yang diunggah pada *feed platform TikTok*. Disisi lain, informan F, R dan Y menunjukkan penggunaan yang lebih menyeluruh. Mereka menyatakan bahwa filter kecantikan digunakan dalam semua jenis konten, baik *story* maupun *feed*, di *platform TikTok*. Lebih lanjut, informan F mengungkapkan bahwa hasil *selfie* menggunakan filter kecantikan *TikTok* kerap diunggah di *Instagram story*. Informan R dan Y menambahkan bahwa semua konten visual yang menggunakan filter kecantikan *TikTok*, mulai dari *selfie*, foto, hingga video seringkali dibagikan ulang di *Instagram*.

Preferensi terhadap filter kecantikan menunjukkan variasi, namun tetap menunjukkan kesamaan pola dalam hal estetika yang diinginkan, yaitu kecantikan yang “natural” dan tampak alami. Wajah yang dianggap cantik secara “natural” adalah wajah yang tampak bersih, cerah, halus, *fresh* dan mencerminkan versi terbaik

diri sendiri tetap mencerminkan versi terbaik dari diri sendiri tanpa menghilangkan ciri khas wajah asli. Sejalan dengan konsep tersebut, filter kecantikan yang disukai umumnya memperhalus kulit, menambahkan efek ringan seperti bulu mata, dan menghindari perubahan wajah yang terlalu drastis.

Informan D menilai bahwa filter kecantikan yang tampak alami memberikan hasil yang terlihat bagus dan tidak menimbulkan perbedaan yang signifikan dengan realitas.

“...yang alami, itu lebih kelihatan bagus di kita nya kan? selain bikin kelihatan bagus juga, lebih kelihatan muka asli gitu, muka sendiri gitu jadi gak yang berlebihan banget gitu sampe ”ini muka siapa gitu?”” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh R dan Y, yang mengkhawatirkan persepsi negatif dari orang lain jika filter kecantikan yang digunakan terlalu mengubah tampilan wajah mereka. Mereka lebih memilih filter kecantikan yang memberikan efek tipis dan alami agar tidak menimbulkan kesan berlebihan yang dapat menimbulkan ejekan, terlebih dari lawan jenis.

Pandangan mengenai tampilan “*natural*” dalam penggunaan filter kecantikan tercermin dalam preferensi spesifik terhadap filter kecantikan yang digunakan. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung cenderung memilih tampilan wajah yang tetap tampak alami namun sekaligus memenuhi standar visual yang dianggap ideal. Informan D menunjukkan preferensinya terhadap filter kecantikan yang memberikan efek penghalusan wajah dan penambahan elemen

wajah ringan seperti bulu mata yang lentik. Pilihan tersebut mencerminkan keinginan untuk menampilkan versi terbaik dirinya tanpa mengubah wajah secara drastis. Sementara itu, informan SH menunjukkan preferensi yang lebih eksploratif dalam filter kecantikan seperti “*Hoa Xinh Baby*” karya @bexuxubaby serta filter dengan nuansa retro seperti “*CPM 35*” karya @whxyu. Ia juga menyukai filter kecantikan “*Make Up*” karya @kbitaihet dan “*Natural*” karya @trashshoc yang juga umum digunakan oleh informan lainnya.

Gambar 4. 1. Filter “*hoa xinh baby*” karya kreator @bexuxubaby



(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 10 Mei 2025)

Filter “*hoa xinh baby*” karya @bexuxubaby di *TikTok* memberikan efek tampilan “*enhanced natural beauty*” khas tren kecantikan Asia Timur. Filter ini meniruskan wajah sekaligus menyamarkan tekstur dan ketidaksempurnaan kulit dengan efek *smoothing* yang halus. Selain itu, filter “*hoa xinh baby*” memberikan *highlight* lembut pada batang hidung dan tulang pipi untuk menambah dimensi dan kontur wajah secara *subtle*. Rona pink

diaplikasikan pada pipi dan bibir dengan efek *glossy*, sementara bulu mata dibuat tampak lentik alami. Dengan perpaduan ini “*hoa xinh baby*” menciptakan estetika yang feminim, *fresh*, dan natural yang meningkatkan fitur alami wajah tanpa terlihat berlebihan.

Gambar 4. 2. Filter “CPM 35” karya kreator @whxyu.



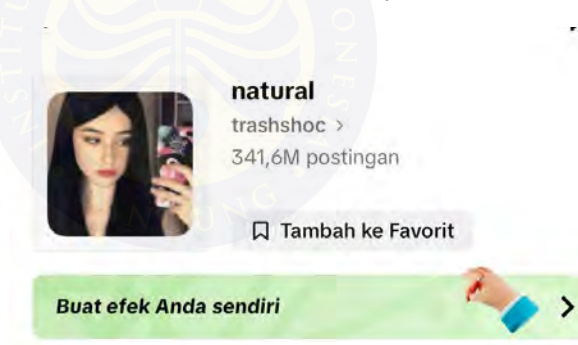
(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 10 Mei 2025))

Filter “CPM 35” karya @whxyu. memberikan efek visual yang mengutamakan estetika natural dengan sentuhan gaya retro. Filter ini menghadirkan *tone* warna dingin khas kamera analog serta grain halus yang menambah nuansa film klasik. Pada wajah, filter ini memberikan efek *smoothing* yang menyamarkan tekstur kulit secara halus, sekaligus meningkatkan *tone* warna kulit serta mengurangi noda dan ketidaksempurnaan tanpa terlihat berlebihan. Selain itu, *highlight* dan kontur *subtle* pada batang hidung menambah dimensi wajah secara natural, sementara bibir diberi sentuhan warna *tint* pink lembut yang melengkapi kesan segar. Dengan perpaduan ini, “CPM 35” menciptakan estetika yang

memadukan kesan retro dan kecantikan natural yang meningkatkan fitur alami wajah.

Di sisi lain, informan SA juga menunjukkan kesamaan preferensi pada filter kecantikan dengan tampilan yang natural seperti filter “*Natural*” karya @trashshoc dan “*Make Up*” karya @kbitaihet. Preferensi serupa juga terlihat pada informan F yang sering menggunakan “*Natural*” dan “*Make Up*” dari kreator yang sama. Filter “*Make Up*” tersebut juga sering terlihat digunakan juga oleh informan R, dan Y, menunjukkan kesamaan selera terhadap estetika wajah yang “*natural*” namun tetap terhias.

Gambar 4. 3. Filter “*Natural*” karya kreator @trashshoc



(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 10 Mei 2025)

Filter “*Natural*” karya @trashshoc memberikan efek *smoothing* ringan pada wajah yang meratakan tekstur kulit, sekaligus menyamarkan noda, pori-pori, dan ketidaksempurnaan seperti jerawat atau bekas luka tanpa terlihat berlebihan. Warna kulit terlihat lebih cerah sehingga wajah tampak lebih segar secara instan, sementara sentuhan rona merah muda di pipi dan bibir yang

menambah kesan hidup pada tampilan wajah. Selain itu, hidung dikontur secara halus untuk memperkecil siluetnya tanpa mengubah bentuk wajah secara drastis. Dengan perpaduan ini, filter “*Natural*” menciptakan estetika yang bersih dan alami dengan meningkatkan fitur wajah secara halus tanpa menghilangkan karakter asli wajah penggunanya.

Gambar 4. 4. Filter “*Make Up*” karya kreator @kbitaihet



(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 10 Mei 2025)

Filter “*Make Up*” karya @kbitaihet memberikan efek rias wajah digital menyeluruh yang tetap mempertahankan kesan lembut dan natural. Filter ini mempertegas bentuk alis, menambahkan bulu mata lentik, dan memberikan shading ringan pada area hidung untuk membentuk kontur wajah secara halus. Selain itu, warna bibir dibuat tampak lebih segar dengan sentuhan pink kemerahan, sementara efek glowing ditambahkan secara tipis di area pipi dan dagu untuk memberi kesan kulit sehat dan bercahaya. Dengan perpaduan ini, “*Make Up*” menciptakan estetika yang natural namun meningkatkan fitur alami wajah tanpa terlihat berlebihan.

Selain itu, infroman F dan R, juga menunjukkan preferensi terhadap filter bernuansa nostalgia seperti “2014 mood” karya @whxyu.

Gambar 4. 5. Filter “2014 mood” karya kreator @whxyu.



(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 10 Mei 2025)

Filter “2014 mood” karya @whxyu. memberikan efek vintage dengan kontras yang lembut dan *tone* agak kekuningan. Filter ini menambahkan shading kontur halus pada tulang pipi dan rahang yang membuat wajah terlihat lebih berdimensi tanpa terkesan berlebihan. Selain itu, filter ini juga menghaluskan tekstur kulit secara natural dan mencerahkan sehingga membuat wajah tampak segar namun tetap alami. Dengan perpaduan ini, “2014 mood” menciptakan estetika yang hangat dan *subtle*, yang meningkatkan fitur alami wajah tanpa mengubah karakter aslinya.

Fenomena ini menggambarkan konvergensi media sebagaimana dijelaskan dalam teori konvergensi media oleh Henry Jenkins, dimana batas antara produsen dan konsumen menjadi kabur. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung tidak hanya

mengonsumsi filter kecantikan yang ada, tetapi secara aktif memilih, memodifikasi, dan mereproduksi identitas visual mereka dalam ruang sosial yang saling terhubung. *TikTok* hadir bukan sekadar sebagai medium ekspresi, tetapi juga arena negosiasi identitas yang sangat dipengaruhi oleh budaya populer digital dan teknologi pengeditan wajah. Dalam praktik ini, remaja menjadi bagian dari budaya partisipatif (*participatory culture*), di mana pengguna adalah pelaku utama dalam pembentukan estetika digital yang beredar luas. Di saat yang sama, terbentuk pula jaringan kecerdasan kolektif (*collective intelligence*), di mana remaja perempuan SMAN 10 Bandung berbagi preferensi estetika secara implisit dan membentuk pengetahuan kolektif terhadap karakter visual filter yang dianggap “natural”.

Fenomena pemilihan dan penggunaan filter kecantikan di *TikTok* yang dilakukan oleh para remaja perempuan SMAN 10 Bandung tidak hanya menunjukkan konvergensi antara budaya populer dan partisipasi digital, melainkan sekaligus mengindikasikan bagaimana realitas sosial dikonstruksi melalui medium digital sebagaimana dijelaskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Dalam kerangka ini, realitas sosial dibentuk melalui tiga tahap dialektis: eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi.

Eksternalisasi terjadi saat kreator filter kecantikan menciptakan berbagai estetika digital seperti hidung lebih mancung, kulit lebih halus, atau efek retro yang mencerminkan idealisasi kecantikan tertentu. Filter seperti “*Make Up*” dari @kbitaihet bukan hanya sekadar alat visual, tetapi merupakan ekspresi nilai dan selera estetika yang disebarluaskan ke publik. Kreator sebagai bagian dari komunitas pengguna aktif tidak hanya mengonsumsi budaya, tetapi juga memproduksinya, sebagaimana yang ditekankan Jenkins dalam konsep budaya partisipatif (*participatory culture*).

Objektifikasi tampak ketika estetika yang diciptakan tersebut mulai tampil sebagai ‘keniscayaan’ di ruang publik *TikTok*. Ketika filter kecantikan tertentu menjadi viral dan masuk ke dalam *For You Page* (FYP) banyak pengguna, nilai-nilai estetika itu tidak lagi tampak sebagai pilihan subjektif, melainkan seolah-olah adalah ‘standar umum’ yang harus diikuti. Objektivikasi membuat nilai estetika digital itu menjadi struktur sosial yang membentuk cara pandang remaja perempuan SMAN 10 Bandung terhadap kecantikan, bukan lagi sekadar preferensi pribadi.

Internalisasi kemudian terjadi saat pengguna, dalam hal ini para remaja, mulai mengadopsi standar estetika tersebut ke dalam konsep diri mereka sendiri. Ketika remaja perempuan SMAN 10 Bandung merasa lebih cantik saat menggunakan filter kecantikan tertentu, terlihat bagaimana nilai-nilai estetika digital telah menyatu

dalam persepsi mereka terhadap diri sendiri. Mereka tidak hanya melihat filter kecantikan sebagai alat untuk mempercantik tampilan, melainkan sebagai bagian dari cara mereka memahami dan menilai penampilan ideal mereka sendiri.

Dengan demikian, teori Jenkins dan Berger & Luckmann menawarkan kerangka analitis yang saling melengkapi dalam melihat interaksi antara remaja dan media digital. Jika Jenkins menekankan partisipasi dan peran aktif pengguna dalam membentuk budaya digital, Berger dan Luckmann memperkuat analisis tersebut dengan menunjukkan bahwa partisipasi itu juga merupakan mekanisme pembentukan realitas dan identitas. Filter kecantikan, dalam hal ini, berfungsi bukan hanya sebagai fitur teknologi, tetapi sebagai medium simbolik yang mereproduksi struktur sosial remaja, membentuk cara mereka melihat diri sendiri dan orang lain.

4.3.2 Strategi Estetika dalam Produksi Konten

Dalam lanskap media sosial yang semakin visual dan performatif, remaja perempuan SMAN 10 Bandung menunjukkan kecakapan dalam merancang strategi estetika digital yang kompleks dan reflektif. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ekspresi diri melainkan juga cara untuk menavigasi dan merespons tekanan sosial, algoritma media, serta ekspektasi audiens yang terus bergerak. Filter kecantikan, konsep penampilan, pengaturan pencahayaan dan sudut pengambilan gambar (*angle*), hingga

keterlibatan dalam tren *TikTok* menjadi bagian integral dari proses kreatif yang mereka lakukan dalam mengemas citra diri secara digital.

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung memiliki strategi estetika yang tidak sepenuhnya spontan, melainkan dirancang secara sadar melalui proses seleksi visual yang dipengaruhi oleh tren, algoritma, dan penilaian personal terhadap kecocokan filter kecantikan. Selain itu, meskipun ada variasi dalam pendekatan, mulai dari yang aktif mengikuti tren hingga yang memilih tampilan natural, semua informan menunjukkan kesadaran akan pentingnya tampilan visual dalam membentuk citra diri di media sosial. Bahkan mereka yang mengaku tidak memiliki konsep khusus tetap mempertimbangkan elemen-elemen teknis seperti pencahayaan, sudut pengambilan gambar (*angle*), serta filter kecantikan favorit yang dapat memperkuat impresi visual.

Strategi estetika yang dibangun remaja perempuan SMAN 10 Bandung merupakan hasil dari proses negosiasi antara dorongan algoritma, preferensi personal dan norma estetika yang berkembang di *platform TikTok*. Ketiganya saling berinteraksi membentuk kesadaran kolektif akan pentingnya tampilan visual dalam membentuk impresi digital yang menarik dan sesuai dengan ekspektasi sosial *platform TikTok*.

Pertimbangan utama dalam memilih filter kecantikan menunjukkan konsistensi preferensi berbasis tren dan eksperimentasi visual. Pilihan filter kecantikan yang digunakan para informan umumnya dipengaruhi oleh tren yang muncul di *TikTok*, khususnya melalui konten-konten yang muncul di halaman *For You Page (FYP)*. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung cenderung mencoba filter kecantikan yang sedang populer dan menyimpannya jika dirasa cocok. Informan D, SH dan F menyebut bahwa mereka tertarik menggunakan filter kecantikan tertentu setelah melihatnya digunakan oleh banyak pengguna lain, yang menunjukkan bahwa eksposur dari algoritma *TikTok* sangat memengaruhi pilihan filter kecantikan mereka, dimana *For You Page (FYP)*, *TikTok* menjadi pintu utama eksplorasi filter kecantikan yang relevan dengan selera dan tampilan diri.

“Kalau aku lebih ke FYP aku, banyak filter kecantikan yang lewat di FYP gitu, trending gitu lah ya, terus aku cobain, oh ternyata bagus juga, aku masukin favorit lah. Kalau aku ngerasa cocok dan suka bisa setiap bikin video kadang ya pake filter kecantikannya itu lagi, pasti filternya itu.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Informan SA menambahkan bahwa ia secara aktif mencari filter kecantikan dari bagian rekomendasi yang sedang *trending*.

“Aku kalau mau bikin video TikTok biasanya cari-cari filter sendiri di bagian rekomendasi filter yang trending, kan kalau kita buka bagian tambah di TikTok tuh itu muncul rekomendasi kan filter filter yang lagi rame nah kalau cocok dipakai.” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengandalkan indikator popularitas terintegrasi oleh sistem rekomendasi algoritma *TikTok* sebagai pertimbangan awal sebelum menilai kecocokan secara personal. Namun, popularitas filter kecantikan tidak hanya menjadi faktor pemicu rasa ingin mencoba, kecocokan filter kecantikan terhadap wajah sendiri juga menjadi pertimbangan. Filter kecantikan yang sesuai akan lebih disukai dan disimpan untuk digunakan kembali. Hal ini berkaitan erat dengan validasi estetika yang dibutuhkan untuk merasa nyaman dengan penampilan digital. Sebagaimana ditekankan oleh informan R dan Y, pertimbangan utama dalam memilih filter kecantikan adalah kombinasi antara tren dan kecocokan visual pada wajah.

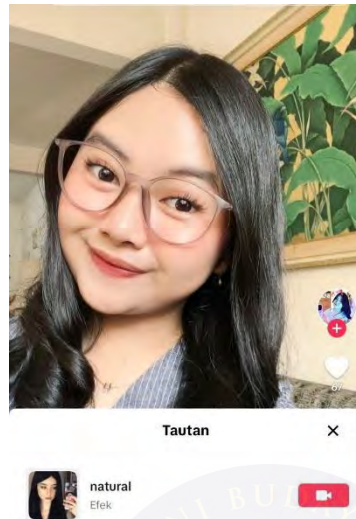
“Pertama itu pasti karena filternya tren gitu ya, lewat terus di FYP terus aku ngerasa filter itu tuh pas, cocok ya aku pakai.”
(informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Penggunaan filter kecantikan bukan sekedar elemen tambahan, melainkan memainkan peran signifikan dalam strategi estetika digital. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung menyepakati bahwa filter kecantikan bukan sekedar pelengkap, melainkan alat utama dalam mewujudkan tampilan ideal. Informan D mengusung konsep estetika dengan gaya *Arab look*, yang ditandai dengan makeup bold seperti mata tajam, alis tebal, dan kulit cerah. Namun dalam setiap kontennya, terlihat bahwa hasil akhir tampilan tersebut diselaraskan dengan kesan yang lebih lembut dan natural,

yang secara visual menyerupai hasil dari filter kecantikan beraksen halus. Tampilan ini tidak tampak mencolok, tetapi tetap menonjolkan elemen khas makeup Arab yang ia sukai. Hal ini menandakan bahwa strategi estetikanya mengarah pada penyeimbangan antara gaya *bold* dan citra yang diterima audiens *TikTok*.

Berbeda dengan informan D, informan SH, SA, dan F cenderung mengusung konsep cantik “*natural*” sebagai tujuan estetika. Bagi SH, tampil cantik secara natural bukan hanya soal visual, tapi juga tentang bagaimana orang lain memandang dan menilai penampilannya saat mereka melihat profilnya. Hal serupa disampaikan informan SA dan F yang menilai bahwa tampil menarik tidak selalu harus berlebihan. Filter kecantikan digunakan dalam mempertahankan kesan natural, bahkan ketika sudah menggunakan *makeup* sebab dianggap mampu menambah dan memperkuat impresi wajah ideal. Filter “*Natural*” karya @trashshoc, menjadi salah satu elemen kunci dalam mengartikulasikan strategi ini. Perbandingan berikut memperlihatkan bagaimana filter kecantikan memperkuat kesan natural.

Gambar 4. 6. Visual penggunaan filter “*Natural*” karya kreator @trashshoc oleh informan dalam konten *TikTok*.



(Sumber: Feni Khairunnisa
Tangkapan Layar *TikTok*, 13 Mei
2025)

Gambar 4. 7. Visual penggunaan filter “*Natural*” karya kreator @trashshoc oleh informan dalam konten *TikTok*.



(Sumber: Feni Khairunnisa
Tangkapan Layar *TikTok*, 13 Mei
2025)

Minimnya perubahan dalam penggunaan filter ini menandakan bahwa estetika yang ditawarkan oleh kreator sudah sesuai dengan preferensi visual informan SH, SA dan F, serta memperlihatkan relasi yang harmonis antara identitas digital personal dan format visual yang tersedia di *TikTok*.

Sementara itu, informan R dan Y menunjukkan pendekatan yang lebih fleksibel dan spontan. Keduanya tidak merancang tujuan estetika secara khusus, melainkan lebih mengandalkan penilaian dan kepuasan personal terhadap tampilan yang dianggap menarik atau “cantik” untuk diunggah. Ini menunjukkan bahwa meskipun tidak eksplisit membangun tujuan estetika, informan R dan Y tetap melakukan negosiasi visual dengan norma estetika yang beredar.

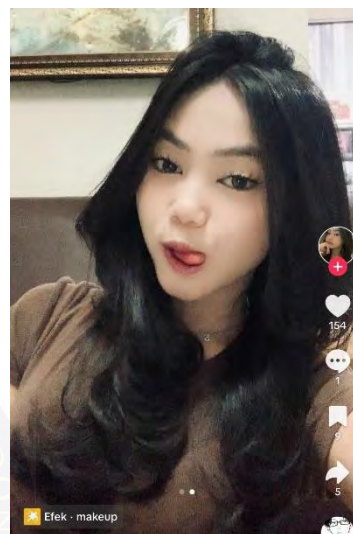
Filter “*Make Up*” karya @kbitaihet, menjadi salah satu elemen kunci dalam mengartikulasikan strategi ini.

Gambar 4. 8. Visual penggunaan filter “*Make Up*” karya kreator @kbitaihet oleh informan dalam konten *TikTok*.



(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 13 Mei 2025)

Gambar 4. 9. Visual penggunaan filter “*Make Up*” karya kreator @kbitaihet oleh informan dalam konten *TikTok*.



(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 13 Mei 2025)

Menariknya, strategi estetika sering kali dirancang secara sadar sejak awal proses produksi konten. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung secara konsisten merencanakan penampilan mereka sebelum membuat foto atau video. Informan D, SH, dan SA mempertimbangkan berbagai elemen estetika seperti pemilihan filter kecantikan, riasan wajah, busana, pencahayaan, serta sudut pengambilan gambar. Setiap aspek visual dipilih dengan penuh kesadaran untuk menciptakan tampilan yang sesuai dengan citra diri yang ingin mereka tampilkan di media sosial *TikTok*. Informan R dan Y meskipun tidak menyusun perencanaan kompleks, tetap

selektif dalam penggunaan filter kecantikan favorit serta pencahayaan dan *angle* yang mendukung tampilan wajah. Kesadaran teknis tetap terlihat dalam proses pembuatan konten, terutama ketika mengikuti tren tertentu seperti *dance* atau *velocity* yang memerlukan sinkronisasi antara gerakan tubuh, musik, dan tampilan visual.

Dalam konteks ini, persiapan dilakukan secara lebih serius, termasuk mencari referensi tutorial dan mempelajari gerakan terlebih dahulu. Intensitas perencanaan sangat bergantung pada jenis konten yang ingin dibuat. Tidak jarang, proses belajar ini dilakukan bersama di lingkungan sekolah, di mana remaja perempuan yang lebih mahir dalam membuat *velocity* membimbing temannya untuk memahami urutan gerakan, ritme, hingga teknik sinkronisasi dengan filter dan musik.

Gambar 4. 10. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung berlatih dan saling mengajarkan gerakan untuk mengikuti tren *velocity* dalam pembuatan konten *TikTok*.



(Sumber: Dokumentasi Feni Khairunnisa, 5 Juni 2025)

Praktik ini menunjukkan bahwa produksi konten *TikTok* tidak hanya bersifat individual, melainkan juga terbangun melalui interaksi sosial yang kolaboratif. Pengetahuan teknis dan estetika dibagikan secara informal, menciptakan ruang belajar bersama yang memperkuat kemampuan dalam membentuk citra diri digital secara sadar dan terarah.

Terakhir, strategi untuk menarik perhatian audiens juga terlihat dari respons terhadap tren filter kecantikan. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung menunjukkan bahwa keterlibatan dalam tren merupakan bagian dari taktik visibilitas digital. Beberapa dari mereka, seperti yang diungkapkan oleh informan R dan Y secara terbuka mengakui sering menggunakan filter kecantikan yang

sedang *trending* agar konten mereka berpeluang masuk ke *For You Page* (FYP) *TikTok*.

“Pasti, sering, biar konten aku masuk FYP sih, gak wajib FYP sih tapi biasanya pasti FYP gitu” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Meskipun begitu, terdapat pula kecenderungan yang lebih selektif dalam merespons tren. Informan seperti D dan SH, misalnya, mencoba filter kecantikan yang lewat di *For You Page* (FYP) jika tampilannya menarik, namun tidak selalu mengikuti tren secara langsung. Dalam praktik yang lebih eksploratif, informan SA bahkan aktif mencari filter kecantikan *trending* melalui fitur rekomendasi *TikTok* sebagai bagian dari eksplorasi estetika yang lebih personal.

“Iya kalau trending tuh tapi kayak bukan yang terus lewat di FYP gitu, aku cari-cari filter sendiri di bagian rekomendasi filter yang trending, kan kalau kita buka bagian tambah di TikTok tuh itu muncul rekomendasi filter.” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Praktik ini sejalan dengan teori Konvergensi Media dari Henry Jenkins, yang menekankan bahwa remaja saat ini tidak hanya menjadi konsumen pasif media, melainkan aktif sebagai produsen konten melalui proses partisipasi aktif dalam budaya media digital. Strategi estetika yang mereka bangun mencerminkan bentuk nyata *participatory culture* dalam arus media, di mana individu secara sadar mengelola identitas diri melalui penciptaan, kurasi, dan distribusi konten melalui media sosial *TikTok*. Dalam kerangka ini,

estetika berperan sebagai medium artikulasi diri sekaligus simbol partisipasi dalam dinamika sosial digital.

Selanjutnya, praktik strategi estetika yang dibentuk oleh para remaja perempuan SMAN 10 Bandung ini dapat ditafsirkan melalui kerangka konstruksi realitas sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, yang menyatakan bahwa realitas sosial terbentuk secara dialektis melalui proses eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi.

Eksternalisasi terjadi ketika remaja mengekspresikan gagasan mengenai citra diri “ideal” yang ingin mereka tampilkan melalui pemilihan filter kecantikan, makeup, atau konsep visual spesifik yang kemudian diwujudkan secara nyata melalui konten yang diunggah di media sosial *TikTok*. Objektifikasi kemudian terjadi ketika konten tersebut diterima oleh publik dan dianggap sebagai representasi yang dianggap pasti tentang kecantikan atau kepribadian mereka. Ketika video masuk *For You Page* (FYP), disukai, dikomentari, atau dibagikan, konten tersebut mendapatkan status sebagai “realitas” sosial yang tidak lagi hanya milik si pembuat, tetapi juga dimiliki oleh komunitas digital yang mengonsumsinya. Akhirnya, internalisasi terjadi ketika citra yang telah mereka produksi dan terima dari luar kemudian diserap kembali sebagai bagian dari identitas diri. Pada titik ini, konstruksi

sosial tersebut diterima sebagai sesuatu yang alamiah, bahkan ketika ia dibentuk oleh algoritma dan dinamika budaya media.

Dengan demikian, praktik produksi konten oleh remaja perempuan SMAN 10 Bandung tidak sekadar menunjukkan kemampuan dalam mengoperasikan teknologi media digital, tetapi juga mencerminkan proses negosiasi identitas dalam ruang sosial yang terus berubah. Mereka tidak hanya hadir di media sosial *TikTok*, melainkan berpartisipasi aktif dalam produksi dan peredaran realitas sosial yang baru yakni, realitas yang dibentuk oleh konvergensi media, ekspektasi algoritmik, dan dorongan untuk tampil sebagai versi diri terbaik dan dapat diterima dalam lanskap digital.

4.3.3 Pengaruh Sosial dan Algoritma terhadap Praktik Penggunaan Filter

Penggunaan filter kecantikan di era digital saat ini tidak semata-mata didasarkan pada preferensi pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh dinamika sosial dari lingkungan sekitar serta algoritma *platform* media sosial seperti *TikTok*. Remaja perempuan di SMAN 10 Bandung menunjukkan bahwa keputusan mereka dalam menggunakan filter kecantikan sering kali terbentuk dari interaksi sosial dengan teman sebaya, tekanan sosial untuk tampil ‘sempurna’, serta terpaan konten-konten visual yang diatur oleh algoritma *For You Page (FYP) TikTok*.

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengungkap bahwa pengaruh sosial dari teman sebaya dan algoritma *TikTok* sangat signifikan dalam membentuk kebiasaan penggunaan filter kecantikan. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung cenderung menyesuaikan diri dengan estetika yang populer, baik karena tekanan sosial maupun karena kemunculan berulang-ulangnya filter kecantikan tertentu di *For You Page* (FYP). Meskipun beberapa dari mereka menyatakan tetap selektif dalam memilih filter kecantikan yang digunakan, eksposur yang terus-menerus dan interaksi dengan tren menjadikan penggunaan filter kecantikan sebagai praktik umum yang mengaburkan batas antara pilihan personal dan pengaruh eksternal. Filter kecantikan yang awalnya digunakan karena rasa penasaran atau karena teman menggunakannya, lama-kelamaan menjadi bagian dari rutinitas visual yang turut membentuk persepsi terhadap wajah sendiri dan wajah orang lain.

Informan D dan SH menyadari bahwa penggunaan filter kecantikan bagi teman-temannya terkait dengan kepercayaan diri sehingga cenderung permisif menghargai pilihan teman-teman mereka yang merasa puas dengan tampilannya selama penggunaan filter kecantikan tidak berlebihan.

“Terkadang ya melihat gitu. Sebagian besar sih pakai ya. Mungkin untuk tingkat kepedean dia sendiri, tingkat kepuasan dia juga gitu. Kalau aku sih mikirnya selagi dia filternya masih oke-oke aja kok gitu, gapapa itu kan sebagai kepuasan dia gitu, tapi kalau udah berlebihan banget kadang suka kayak ”ih kok berlebihan banget” gitu.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Informan SA merasakan bahwa penggunaan filter kecantikan saat membuat video *TikTok* bersama teman-teman menjadi semacam kewajiban. Ia merasa kurang percaya diri apabila tidak menggunakan filter kecantikan dan cenderung meniru filter kecantikan yang digunakan oleh teman jika hasilnya terlihat menarik.

Gambar 4. 11. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung menggunakan filter kecantikan bersama dalam konten *TikTok*



(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 14 Mei 2025)

Pengalaman serupa disampaikan informan F yang menunjukkan bahwa pemilihan filter kecantikan di *TikTok* sering kali merupakan hasil dari interaksi sosial. Dalam beberapa situasi, ia bahkan pernah berebut dengan temannya dalam memilih filter yang akan digunakan. Informan R dan Y juga mengakui adanya pengaruh teman sebaya dalam memilih filter kecantikan di *TikTok* terlebih ketika filter kecantikan yang digunakan oleh temannya muncul di *For You Page* (FYP) sebagai rekomendasi.

“Pada pake, iya sih kayak misal temen aku pake filter lewat FYP terus filternya bagus biasanya aku ikutin sih, bahkan suka jadi keterusan aku jd suka filternya” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Gambar 4. 12. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung menggunakan filter kecantikan bersama dalam konten *TikTok*



(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 14 Mei 2025)

Namun, pengaruh sosial dari teman sebaya tidak selalu bersifat netral. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengakui bahwa mereka pernah merasa tertekan untuk tampil lebih ‘sempurna’, terutama ketika melihat orang lain tampil menarik dengan bantuan filter kecantikan. Informan D dan S, misalnya, merasa terdorong untuk menggunakan filter kecantikan saat kepercayaan dirinya rendah. Melihat orang lain tampil cantik sesuai standar kecantikan menimbulkan keinginan meniru, meskipun pada akhirnya mereka juga menyadari bahwa mereka tidak bisa menjadi

orang lain sepenuhnya. Dorongan untuk memenuhi standar kecantikan yang beredar di *TikTok* juga dirasakan informan SA, yang sering membandingkan dirinya dengan orang lain. Ia mengaku keinginan meniru sering muncul, terutama saat merasa penampilannya kurang baik dibandingkan temannya. Meskipun demikian, informan F tetap berusaha mempertahankan keunikan dirinya. Ia mengakui adanya dorongan untuk mengikuti standar visual populer, namun tetap berusaha untuk tidak sepenuhnya meniru sosok yang dijadikannya inspirasi. Sebaliknya, informan R menyatakan tidak merasakan tekanan langsung dari teman-temannya untuk menggunakan filter kecantikan. Meskipun ia mengakui kadang merasa terinspirasi untuk tampil lebih baik, ia tidak merasa dipaksa untuk mengikuti penggunaan filter kecantikan.

“Pernah, ada tekanan buat “sempurna” tapi kalau kayak diteken atau dipaksa orang biar ngikutin atau pakai filter itu enggak sih.”
(informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Faktor lain yang berpengaruh dalam pemilihan filter kecantikan adalah algoritma *TikTok*, khususnya fitur *For You Page* (FYP) yang menampilkan tren filter kecantikan secara terus-menerus mendorong remaja perempuan SMAN 10 Bandung untuk mencoba filter tertentu. Informan D dan SH menjelaskan bahwa *For You Page* (FYP) sangat mempengaruhi keputusan untuk mencoba filter kecantikan tertentu

“Tertarik pengen nyoba karena pengen lihat hasilnya. Pengen lihat hasilnya bagus nggak ya, jadi kita nyobain gitu. Kan orang-orang bagus nih menurut kita, kita bagus juga gak ya? Jadi

nyobain, tertarik buat nyobain.” (informan SH dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Informan SA dan F juga merasakan efek dari kemunculan filter kecantikan di *For You Page* (FYP), namun mereka tetap selektif dalam memilih filter kecantikan yang sesuai dengan kecocokan wajah mereka.

“Tertarik karena trending sih, terus pengen nyoba sama sih, aku lihat cocok apa enggak kalau enggak ya pakai yang udah cocok aja” (informan F dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Terkait dengan pengaruh *TikTok* terhadap penampilan, beberapa remaja perempuan SMAN 10 Bandung merasa bahwa *platform* ini membentuk cara mereka menampilkan diri meskipun tidak secara eksplisit. Informan D dan SH merasa bahwa paparan konten di *TikTok* membuat mereka mudah terdorong mengikuti tren, termasuk dalam hal penggunaan filter kecantikan, gaya berpakaian, dan ekspresi visual lainnya. Lebih jauh, informan SA dan F secara aktif menjadikan *TikTok* sebagai acuan penampilan. Mereka cenderung mencari referensi terlebih dahulu dalam *platform* tersebut sebelum membuat konten atau berfoto, termasuk dalam hal pemilihan filter kecantikan dan gaya pengambilan foto. Bagi mereka, *TikTok* bukan hanya ruang konsumsi visual, tetapi juga wadah eksplorasi estetik yang memengaruhi bagaimana mereka membentuk tampilan digital. Berbeda dengan itu, informan R dan Y melihat *TikTok* sebagai bagian dari aktivitas digital biasa. Mereka merasa *TikTok* tidak secara langsung mengarahkan penggunaan

filter kecantikan atau tren visual tertentu. Bagi mereka, penggunaan *TikTok* lebih bersifat dibandingkan transformatif.

Gambar 4. 13. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung menggunakan filter kecantikan dalam konten *TikTok*



(Sumber: Feni Khairunnisa Tangkapan Layar *TikTok*, 15 Mei 2025)

Kebersamaan remaja perempuan SMAN 10 Bandung dalam satu video *TikTok* dengan penggunaan filter kecantikan memperlihatkan bagaimana algoritma, estetika populer, dan relasi pertemanan berinteraksi dalam praktik produksi konten digital. Momen tersebut bukan hanya menghasilkan representasi visual bersama, tetapi juga mencerminkan praktik sosial yang dilakukan secara sadar.

Gambar 4. 14. Aktivitas pembuatan konten *TikTok* di lingkungan sekolah oleh remaja perempuan SMAN 10 Bandung



(Sumber: Dokumentasi Feni Khairunnisa, 5 Juni 2025)

Dalam proses pembuatannya, para remaja ini kerap berkumpul di lingkungan sekolah, baik saat jam istirahat maupun setelah pulang, untuk membuat konten bersama. Mereka berdiskusi tentang ide, memilih filter, dan menyusun peran dalam video. Kolaborasi ini memperlihatkan keterlibatan aktif dalam membentuk identitas digital secara kolektif, sekaligus menjadi ruang validasi sosial antar teman sebaya. Proses ini menciptakan dinamika performatif yang lebih kompleks dibandingkan praktik individu yang melibatkan penyesuaian tubuh, ekspresi wajah, hingga sinkronisasi gerak. Dalam konteks ini, representasi digital tidak lagi bersifat personal, tetapi lahir dari negosiasi sosial yang mencerminkan pandangan kolektif tentang apa yang dianggap menarik, estetis, dan layak ditampilkan.

Fenomena penggunaan filter kecantikan oleh remaja perempuan SMAN 10 Bandung di *TikTok* tidak dapat dipahami semata sebagai praktik konsumsi media, melainkan sebagai bentuk partisipasi aktif dalam budaya digital, sebagaimana dijelaskan dalam teori konvergensi media oleh Henry Jenkins. Dalam kerangka ini, remaja tidak hanya mengonsumsi filter kecantikan yang ditawarkan oleh *TikTok*, tetapi juga secara aktif menggunakannya, menyesuaikan diri dengannya, dan menyebarkannya kembali kepada teman sebaya mereka dalam bentuk video, tantangan, atau tren kecantikan yang mereka ikuti.

Dalam budaya konvergensi, batas antara produsen dan konsumen menjadi kabur, dimana pengguna media menjadi 'produser-konsumen' atau prosumer. Hal ini tercermin dalam pengalaman remaja perempuan SMAN 10 Bandung yang tidak sekadar mengikuti tren filter, tetapi secara aktif memilih filter, mempertimbangkan kecocokan visual, dan menggunakannya dalam proses produksi konten. *TikTok* dalam hal ini bukan sekadar *platform* pasif, melainkan ruang partisipatif di mana makna, norma visual, dan standar kecantikan dibentuk secara kolektif, sebagaimana dijelaskan dalam konsep budaya partisipatif (*participatory culture*) dan kecerdasan kolektif (*collective intelligence*).

Lebih jauh, sebagaimana dijelaskan dalam teori konstruksi realitas sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, media sosial seperti *TikTok* berfungsi sebagai arena interaksi simbolik yang membentuk realitas sosial melalui proses dialektis: eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi.

Dalam konteks ini, filter kecantikan tidak sekadar mempercantik tampilan visual, tetapi membentuk representasi baru tentang apa yang dianggap ideal oleh remaja perempuan SMAN 10 Bandung. Eksternalisasi terjadi ketika mereka menciptakan citra diri melalui penggunaan filter kecantikan dalam konten visual. Representasi ini merefleksikan keinginan akan validasi sosial, citra diri, dan preferensi estetika yang dibagikan ke publik. Objektifikasi terjadi ketika ekspresi subjektif ini diterima menjadi bagian dari realitas bersama. Ketika filter kecantikan tertentu digunakan berulang-ulang oleh banyak pengguna dan terus muncul di *For You Page* (FYP), ia tidak lagi dianggap sebagai pilihan pribadi, melainkan sebagai bentuk visual yang ‘normal’ dan ‘ideal’. Algoritma *TikTok* memperkuat proses ini dengan menampilkan konten serupa secara di *For You Page* (FYP) pengguna, sebagaimana diungkapkan oleh remaja perempuan SMAN 10 Bandung, banyak di antara mereka terdorong menggunakan filter tertentu karena sering melihatnya di linimasa.

Akhirnya, dalam tahap internalisasi, realitas eksternal telah menjadi bagian dari persepsi diri. Remaja mulai menilai wajah mereka sendiri berdasarkan wajah yang telah dimodifikasi filter kecantikan. Ketika lahir keinginan untuk tampil untuk ‘menyamai’ atau ‘menjadi’ sebagus tampilan yang telah difilter, maka realitas sosial yang sebelumnya dibentuk secara kolektif telah dihayati secara individual dan menjadi standar internal dalam menilai wajah dan harga diri mereka sendiri. Identitas visual pun dikonstruksi melalui lensa estetika digital yang telah dibakukan oleh platform dan komunitas daring.

Dengan demikian, penggunaan filter kecantikan di *TikTok* merupakan hasil dari dua dinamika teoritis yang saling menguatkan. Sebagaimana dijelaskan oleh Jenkins, media digital menjadi ruang partisipatif di mana remaja perempuan SMAN 10 Bandung turut membentuk budaya visual. Sementara itu, sebagaimana dijelaskan oleh Berger dan Luckmann, budaya tersebut menjadi realitas yang diyakini dan dijadikan tolok ukur dalam membangun citra diri. Kedua teori ini mengungkap bahwa media digital bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga ruang produksi dan pembentukan makna sosial, nilai, serta identitas diri.

4.4. AR Beauty Filter Media Sosial *TikTok* Sebuah Konstruksi Kecantikan Zaman Digital untuk Membangun Citra Diri Siswa SMAN 10 Bandung

4.4.1 Filter Kecantikan dan Persepsi Diri di Media Sosial *TikTok*

Dalam era digital yang semakin mendominasi kehidupan remaja, filter kecantikan *TikTok* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari keseharian remaja perempuan SMAN 10 Bandung. Filter kecantikan tidak hanya menawarkan tampilan visual yang menarik, tetapi secara perlahan membentuk cara mereka memandang diri sendiri, memahami konsep kecantikan, dan membangun citra diri. Filter kecantikan memungkinkan pengguna menampilkan versi diri yang dianggap “lebih baik” menurut standar tertentu, namun dibalik tampilan yang dianggap menarik tersebut, berlangsung proses penyesuaian diri yang kompleks terhadap norma-norma yang diproduksi secara kolektif dalam budaya visual *TikTok*. Norma-norma ini, secara tidak langsung, turut memengaruhi cara remaja memandang diri sendiri maupun orang lain baik di ruang digital maupun dalam kehidupan nyata.

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung merasa lebih percaya diri dan cantik ketika menggunakan filter kecantikan. Mereka mengakui bahwa versi diri yang muncul di layar setelah menggunakan filter kecantikan sering kali terasa lebih ideal, lebih mendekati citra yang mereka inginkan. Namun di sisi lain, muncul pula perasaan tidak puas terhadap wajah asli mereka, yang semakin

menguat akibat perbandingan berulang antara realitas fisik dan representasi digital. Filter kecantikan tidak hanya memperindah tampilan, tetapi juga turut mempengaruhi persepsi dan ekspektasi terhadap penampilan nyata.

Informan D menyampaikan bahwa dirinya merasa lebih percaya diri saat menggunakan filter kecantikan di *TikTok*, asalkan tidak mengubah bentuk wajah secara drastis. Baginya, filter kecantikan tetap memberi kenyamanan rasa nyaman selama masih mendekati realitas dan tidak mengubah fitur wajah secara ekstrem. Hal serupa diungkapkan oleh informan SH yang merasa wajahnya tampak lebih sesuai dengan preferensi setelah menggunakan filter kecantikan, sehingga membuatnya merasa lebih cantik dan nyaman sehingga mengalami peningkatan rasa percaya diri. Sementara itu, informan SA kerap membandingkan efek penggunaan filter kecantikan dengan *makeup*. Ia merasakan bahwa filter memberikan sensasi tampilan yang “lengkap”, sebagaimana yang dirasakannya saat menggunakan *makeup*.

“Merasa cantik ya, ideal juga iya kayaknya, pokoknya tuh rasanya sama kalau kita gak pake makeup gitu, pasti ngerasa beda, pasti ngerasa kurang.” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Secara senada, informan R dan Y mengakui bahwa penggunaan filter kecantikan memberikan efek wajah yang tampak mulus dan menarik, sehingga menumbuhkan perasaan lebih cantik dan meningkatkan rasa percaya diri.

Namun di balik efek positif dari penggunaan filter kecantikan tersebut, lahir kecenderungan membandingkan wajah asli dengan wajah hasil filter kecantikan. Hampir seluruh remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengaku melakukan perbandingan ini secara berulang, dan dampaknya cukup signifikan terhadap persepsi mereka terhadap kecantikan diri. Informan D mengaku sempat merasa *insecure* karena perbedaan tersebut, terutama karena masalah kulit seperti jerawat dan bruntusan. Informan SH juga mengakui bahwa ia merasa *insecure* karena wajahnya tampak tidak mulus tanpa filter kecantikan, sehingga muncul kecenderungan untuk terus-menerus menggunakan filter kecantikan yang memberikan efek penghalusan kulit.

Informan SA juga mengungkapkan penurunan rasa percaya diri, terutama ketika membayangkan bagaimana orang lain akan menilai wajahnya tanpa bantuan filter kecantikan. Meskipun dalam situasi pribadi ia merasa cukup nyaman, namun ketika berada dalam ruang sosial atau mempertimbangkan pandangan orang lain, perasaan malu dan tidak percaya diri pun muncul. Bagi informan F, dampaknya lebih dalam, bahkan ia sampai enggan merespons orang yang mengenalnya dari *TikTok* karena khawatir akan perbedaan wajah asli dan versi filter kecantikan.

“Iya sering, jadi kurang percaya diri juga sih, aku tuh bahkan sering komentarin diri aku sendiri “ih jelek banget ya, sumpah

bagusan di TikTok”. Itu ngaruh banget apalagi kalau kita mau ketemu orang yang kenalnya dari TikTok giti, itu ngaruh banget, jadi gak percaya diri gitu, aku bahkan kalau ada cowok deketin aku dari TikTok aku mending nggak ngerespon karena aku gak pede gitu takut juga tar dibilang aku beda sama aslinya.” (informan F dalam sesi wawancara 6 Mei 2025).

Informan R dan Y menunjukkan ketergantungan tinggi terhadap filter kecantikan. Mereka tidak pernah atau tidak berani memposting video di *TikTok* tanpa menggunakan filter kecantikan, yang mencerminkan bahwa persepsi diri di *TikTok* telah sangat dipengaruhi oleh versi wajah hasil rekayasa digital.

“Sering sih, kurang percaya diri gitu, aku gapernah sih bahkan kalau posting di TikTok gak pake filter kecantikan.” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025).

Secara keseluruhan, remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengakui bahwa filter kecantikan memberi dorongan kepercayaan diri yang besar. Beberapa di antaranya bahkan merasa bahwa filter membantu mereka “menjadi diri sendiri” dalam versi yang lebih baik. Informan F menyebut bahwa filter kecantikan membuatnya lebih nyaman dan percaya diri. Sementara Informan D dan SH bahkan mengungkapkan perasaan terima kasih terhadap keberadaan filter kecantikan karena membantu mempercantik penampilan mereka.

“Tapi kalau misalkan orang yang ada misalnya kondisinya tuh kayak kurang baik gitu mukanya pasti itu kayak merasa amazed banget sama filter, kayak ”thanks to filter” gitu sudah merubah kita.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Pengalaman remaja perempuan SMAN 10 Bandung menunjukkan bahwa penggunaan filter kecantikan telah menciptakan versi ideal diri yang kemudian dikontraskan terus-menerus dengan wajah asli. Proses ini melahirkan persepsi baru tentang kecantikan, sekaligus menggeser tolak ukur kepercayaan diri ke arah tampilan visual yang didorong oleh *TikTok*. Sebagaimana dijelaskan dalam teori Konstruksi Realitas Sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, realitas sosial dibentuk melalui tiga tahap dialektis: eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi.

Eksternalisasi terjadi saat para remaja SMAN 10 Bandung mengekspresikan gagasan tentang wajah ideal melalui penggunaan filter kecantikan. Filter kecantikan berperan sebagai medium ekspresi diri yang dipengaruhi oleh norma visual yang berkembang di *TikTok*, mencerminkan harapan atas citra diri yang dianggap lebih baik, lebih sempurna, dan sesuai dengan standar digital. Objektifikasi terjadi ketika hasil dari ekspresi tersebut yakni wajah yang telah difilter diterima sebagai realitas yang dianggap wajar, diterima, dan bahkan dirayakan dalam ruang sosial digital. Representasi ini tidak lagi dianggap sebagai manipulasi sementara, melainkan sebagai bentuk visual yang diterima secara sosial dan dijadikan rujukan atas “kecantikan” yang valid di ruang digital. Internalisasi berlangsung ketika versi diri yang telah difilter

dipercaya sebagai representasi yang lebih ideal, lebih layak ditampilkan dan diterima. Pernyataan seperti “bagusan di *TikTok*” atau “aku gak pede kalo nggak pakai filter kecantikan” memperlihatkan bagaimana standar visual yang dibentuk di luar diri akhirnya diresapi dan dimaknai secara personal oleh remaja perempuan SMAN 10 Bandung.

Dengan demikian, pengalaman dalam menggunakan filter kecantikan memperlihatkan bagaimana citra diri remaja perempuan SMAN 10 Bandung tidak lahir secara alami, melainkan dibentuk dalam interaksi terus menerus dengan norma-norma yang hadir di media sosial yang mereka ciptakan dan konsumsi sendiri. Filter kecantikan bukan lagi sekadar alat bantu visual, tetapi telah menjadi sarana reproduksi nilai-nilai yang membentuk citra diri di era digital, tentang siapa mereka dan seperti apa mereka “seharusnya” terlihat.

4.4.2 Ekspresi Diri, Reaksi Sosial dan Rasa Percaya Diri terhadap Penggunaan Filter di Media Sosial *TikTok*

Penggunaan filter kecantikan di media sosial *TikTok* tidak hanya berfungsi sebagai teknologi visual, tetapi juga berperan dalam membentuk cara remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengekspresikan diri, merespons reaksi sosial, dan membangun identitas dirinya di ruang digital. Dalam praktiknya, ekspresi diri semakin terkait dengan penampilan yang dianggap layak untuk ditampilkan di ruang publik, sementara reaksi sosial seperti *likes*,

komentar, dan *views* turut membentuk dinamika antara citra diri yang ditampilkan dan bagaimana individu memaknai dirinya.

Penggunaan filter kecantikan bagi remaja perempuan SMAN 10 Bandung tidak hanya mempengaruhi tampilan luar, tetapi juga menciptakan ruang bagi ekspresi diri yang lebih berani dan bebas. Filter kecantikan membantu menyesuaikan wajah dengan standar kecantikan tertentu, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan diri informan untuk menampilkan diri di hadapan publik. Namun, kepercayaan diri ini kerap bergantung pada reaksi sosial yang muncul setelah unggahan dibagikan, baik berupa *likes*, komentar, maupun pujian dari orang lain. Validasi tersebut berperan besar dalam membentuk persepsi diri para remaja perempuan SMAN 10 Bandung, hingga kadang menciptakan tekanan untuk mempertahankan citra yang sudah terbentuk melalui filter kecantikan.

Informan D menyampaikan bahwa ia merasa lebih berani mengekspresikan diri ketika menggunakan filter kecantikan karena merasa kekurangan pada wajahnya telah tertutupi.

“Kalau disebut pengekspresian diri, iya ya, bisa dikategorikan iya, karena kita jadinya udah pede jadi pengekspresian dirinya pun semakin tinggi, jadi kita bisa melakukan apapun itu menggunakan filter itu ya, lebih kayak kita tuh nggak takut akan nyinyiran gitu loh, karena yang pertama itu udah tertutupi gitu ya kekurangan kita, untuk nutupin jerawat dan bekas-bekasnya, filter yang digunakan juga gak yang berlebihan banget. Itu kan gimana kita memakai filter itu, kadang tergantung filternya juga sih, tergantung filternya yang mana, itu kan membantu kepercayaan diri juga ya.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Hal yang sama diungkapkan oleh informan SH, yang merasa lebih bebas menunjukkan sisi dirinya ketika kekurangan wajahnya telah tertutupi oleh bantuan filter kecantikan.

Sementara itu, informan SA menekankan bagaimana filter kecantikan justru memperkuat ekspresi diri dengan menonjolkan fitur wajah yang menurutnya sudah mendekati estetika ideal.

“Dengan pakai filter kecantikan ngebantu untuk show off diri sama bagian yang menurut aku bagus gitu, kayak mata terus pake filter kecantikan yang ada bulu matanya jadi lebih bagus gitu.”
(informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Informan R dan Y pun sepakat bahwa filter kecantikan sangat membantu menampilkan sisi diri yang paling mereka sukai meskipun melalui sentuhan digital.

“Iya, ngebantu kadang ngebantu biasa kadang ngebantu banget menampilkan diri yang paling aku suka, kayak membantu penampilan aku.” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025).

Reaksi sosial berupa *likes*, komentar, dan jumlah *views* terhadap ekspresi diri yang diunggah di media sosial *TikTok* menjadi salah satu faktor utama yang turut mempengaruhi persepsi dan membentuk rasa percaya diri. Informan D menyatakan bahwa banyaknya respons positif membuatnya lebih percaya diri dan terdorong untuk mengekspresikan diri lebih lanjut. Informan SH menambahkan bahwa pujian seperti “cantik” menjadi bentuk validasi penting yang mendorongnya untuk terus membuat konten. Informan SA mengungkapkan bahwa komentar positif bukan hanya menambah rasa percaya diri, tetapi juga membentuk citra diri yang

ia rasa perlu dipertahankan agar tidak mengecewakan ekspektasi orang lain.

“Pernah, itu bikin aku lebih semangat sama percaya diri sih buat bikin video lagi cuma kadang takut aja kalau gak sesuai lagi sama ekspektasi orang lain yang komentar positif tadi gitu.” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Dalam konteks ini, reaksi sosial bukan sekadar respons eksternal, melainkan menjadi cerminan bagaimana individu menilai dan menginternalisasi citra dirinya. Informan F menegaskan bahwa respons positif berupa *likes* dan komentar seperti “cantik” jauh lebih bermakna dibandingkan *views* semata.

“Penting, kalau kayak like atau komentar gitu tapi kalau views selagi aku suka sama yang aku posting aku gak masalah views nya gak harus banyak banget gitu, kalau komentar terus komentarnya kayak cantik gitu gitu itu penting sih soalnya nambah pede” (informan F dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Informan R dan Y mengamini pentingnya validasi, R bahkan menyampaikan bahwa ketiadaan *likes* dapat membuatnya merasa buruk terhadap dirinya sendiri.

“Aku kalau ngepost terus gak ada yang ngelikes aku jadi ngerasa jelek gitu, jadi gak percaya diri tapi kalau konten yang aku post kayak iseng yang aku nya gak kelihatan cantik banget gitu aku malah sebel kayak “ih kenapa lebih banyak yang like” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung menunjukkan bahwa penggunaan filter kecantikan turut memperkuat persepsi akan perhatian sosial yang mereka terima. Informan D merasa lebih terlihat atau diperhatikan oleh orang lain ketika menggunakan filter kecantikan. Sementara, informan SH menyebut adanya peningkatan dalam rasa dihargai oleh orang lain. Keduanya sama-sama

mengaitkan efek filter kecantikan dengan respon sosial yang lebih positif, yang pada akhirnya memperkuat kebutuhan akan validasi eksternal melalui tampilan visual yang dianggap menarik.

Informan SA dan F menyebut bahwa penggunaan filter kecantikan tidak hanya meningkatkan rasa percaya diri, tetapi juga berdampak nyata pada popularitas akun mereka. Informan SA mengaku mendapatkan pengikut baru setelah memposting video dengan filter kecantikan, meskipun tidak mengenal orang-orang tersebut. Informan F menambahkan bahwa video yang menggunakan filter cenderung lebih mudah masuk *For You Page* (FYP), sehingga menjangkau audiens yang lebih luas. Hal tersebut membuatnya dikenal oleh adik kelas yang sebelumnya belum pernah berinteraksi dengannya. Informan R dan Y menyoroti bahwa penggunaan filter kecantikan juga memengaruhi cara mereka diperlakukan oleh orang lain. Informan R mengamati bahwa daya tarik visual yang diciptakan oleh filter kecantikan mampu meningkatkan penghargaan dari orang lain. Hal ini juga dirasakan oleh informan Y yang menyebut bahwa wajah yang tampak cantik karena filter kecantikan membuatnya merasa lebih dihargai dalam interaksi sosial.

Pujian menjadi aspek penting dalam hubungan antara filter kecantikan dan kepercayaan diri. Remaja perempuan SMAN 10 Bandung menyebut bahwa pujian, khususnya ketika disebut “cantik”, membuat mereka semakin yakin terhadap penampilan diri.

Informan SH, SA dan F terdorong untuk lebih aktif membuat konten karena pujian tersebut, meskipun informan SA mengakui bahwa pujian menimbulkan beban ekspektasi dari orang lain.

“...Bikin aku lebih semangat sama percaya diri sih buat bikin video lagi cuma kadang takut aja kalau gak sesuai lagi sama ekspektasi orang lain yang komentar positif tadi gitu.” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Remaja perempuan SMAN 10 Bandung juga menunjukkan bahwa pujian dari seseorang yang dianggap lebih cantik memiliki dampak psikologis yang lebih kuat. Hal ini disampaikan oleh informan R dan diamini oleh Y, yang menggambarkan betapa validasi dari sesama perempuan, khususnya yang dianggap lebih menarik, membawa pengaruh positif terhadap citra diri mereka.

“Seneng lah, seneng banget pasti, apalagi kalau dibilang cantiknya tuh sama yang lebih cantik dari kita gitu, kalau cewek tuh kan kayak cewek yang cantik aja bilang kita cantik gitu” (informan R dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Di sisi lain, komentar negatif dipahami sebagai ancaman nyata terhadap kepercayaan diri dan ekspresi diri. Meskipun beberapa remaja perempuan seperti D, SA dan F belum pernah menerima komentar negatif secara langsung di media sosial *TikTok*, mereka menyadari potensi dampak buruknya. Informan F menyatakan akan mencoba mengambil sisi positif dari komentar negatif dengan menjadikannya motivasi untuk memperbaiki diri, meskipun mengakui perasaan *insecure* tetap muncul. Hal serupa juga diungkapkan oleh informan SA.

“Belum pernah sih, mungkin aku akan berusaha untuk ningkatin value aku dengan cara lain. Insecure tuh pasti ada” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

“Aku belum pernah sih untungnya, cuma kayaknya kalau dapat komentar negatif aku bakal coba buat diemin aja, aku jadiin motivasi aja misalnya dia ngomong “ih beda banget aslinya sama di TikTok pake filter” aku jadiin motivasi aja gitu biar aku berubah jadi kayak filter TikTok yang aku pake, ya walaupun insecure tuh pasti ada cuma ke lebih gitu aja sih.” (informan F dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Informan SH menggarisbawahi bahwa dampak komentar negatif sangat bergantung pada cara penyampaiannya. Komentar yang disampaikan secara langsung dinilai lebih membekas dan sulit diabaikan dibandingkan komentar dalam bentuk tulisan di media sosial *TikTok*. Sementara itu, R dan Y menunjukkan bahwa sumber komentar negatif tidak selalu berasal dari orang lain, melainkan muncul dari diri sendiri. Keduanya mengungkap pernah mengalami momen *self-hate*, yaitu mengkritik penampilan wajah sendiri secara keras akibat perbandingan dengan standar kecantikan yang tersebar di *TikTok*.

Komentar dan reaksi orang lain terbukti sangat mempengaruhi kepercayaan diri remaja perempuan SMAN 10 Bandung. Komentar positif berupa pujian memberikan dorongan untuk terus tampil dan berekspresi, sedangkan komentar negatif baik dari orang lain maupun dari dalam diri sendiri berpotensi menurunkan rasa percaya diri sehingga mereka merasa tidak layak tampil dan memilih menutup diri.

Dalam konteks ini, sebagaimana dijelaskan dalam teori konstruksi realitas sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, realitas dibentuk melalui tiga proses dialektis: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Dalam konteks penggunaan filter kecantikan oleh remaja perempuan SMAN 10 Bandung, tahap eksternalisasi tampak ketika mereka menciptakan dan menampilkan wajah digital yang telah dimodifikasi melalui filter kecantikan di *TikTok*. Ekspresi ini bukan sekadar hiburan, melainkan bentuk penyampaian diri yang disesuaikan dengan ekspektasi visual di ruang digital. Citra digital yang telah difilter tersebut kemudian memperoleh respons sosial dalam bentuk *likes*, komentar dan validasi positif dari pengguna lain. Melalui interaksi ini, terbentuk proses objektivasi, di mana wajah digital yang dimodifikasi mulai dianggap sebagai standar yang “nyata” dan layak diterima. Ketika citra digital ini diterima secara berulang, muncullah tahap internalisasi. Para remaja mulai merasa bahwa wajah tanpa filter kecantikan adalah bentuk yang kurang layak atau tidak sesuai dengan standar yang telah terbentuk. Dalam kerangka ini, wajah tidak lagi dimaknai sebagai bentuk biologis semata, tetapi sebagai representasi sosial yang terus dikonstruksi dan dinegosiasikan secara kolektif.

Filter kecantikan, dengan demikian, tidak hanya berfungsi sebagai alat digital, melainkan simbol atas kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan dalam ruang sosial digital. Bagi remaja perempuan SMAN 10 Bandung, rasa percaya diri muncul bukan semata dari penerimaan diri, melainkan dari perjumpaan yang berkelanjutan antara diri, teknologi, dan ekspektasi sosial yang melingkupinya. Realitas kecantikan yang mereka hidupi tidak hadir dari dalam, melainkan dibentuk dari luar, lalu diterima dan dipercayai oleh diri sendiri sebagai bagian dari kebenaran.

4.4.3 Realitas Diri: Media Sosial *TikTok* vs Kehidupan Nyata

Media sosial *TikTok* telah menjadi ruang digital yang memungkinkan remaja perempuan SMAN 10 Bandung membangun citra diri mereka melalui berbagai fitur visual, termasuk filter kecantikan. Filter kecantikan tersebut tidak hanya mempercantik tampilan, tetapi juga membentuk bagaimana seseorang menampilkan dan memaknai dirinya sendiri kepada publik. Dalam konteks ini, identitas yang ditampilkan di media sosial *TikTok* kerap kali berbeda dari identitas dalam kehidupan nyata. Bagi remaja perempuan SMAN 10 Bandung, perbedaan ini menjadi penting karena menyangkut bagaimana mereka dilihat oleh orang lain, serta bagaimana mereka memandang dan menerima diri sendiri.

Realitas diri remaja perempuan SMAN 10 Bandung terbagi ke dalam dua ruang, yakni dunia digital dalam konteks ini media sosial *TikTok* dan dunia nyata. Media sosial *TikTok* dengan filter kecantikan menciptakan sebuah versi diri yang lebih sesuai dengan standar kecantikan ideal, namun kerap kali tidak mencerminkan kondisi asli wajah maupun kepercayaan diri mereka dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian merasa percaya diri dengan tampilan di media sosial *TikTok*, namun juga merasa cemas dan tidak nyaman ketika harus berhadapan langsung dengan orang yang pernah melihat mereka secara online. Perbedaan ini memperlihatkan adanya ketimpangan antara representasi diri di media sosial *TikTok* dengan realitas diri yang asli.

Informan D adalah salah satu informan yang merasa bahwa dirinya di *TikTok* tetap mencerminkan siapa dirinya sebenarnya karena tidak menggunakan filter kecantikan secara berlebihan.

“Iya, kalau aku masih merasa iya, karena aku tidak merubah sesuatu hal yang menjadi bukan aku gitu di TikTok itu, jadi ya orang melihat aku, ya emang itu aku disitu, karena menurut aku, aku itu tipe yang tidak memakai filter kecantikan yang berlebihan, maksudnya nya muka, muka aku gitu, masih kelihatan muka aku, jadi ya orang bakal melihat masih sama, ya aku.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Namun, informan lain seperti SH dan F mengakui bahwa citra diri mereka di *TikTok* sangat dipengaruhi oleh filter kecantikan, dan jauh berbeda dari penampilan aslinya

“Iya kalau di TikTok tuh dengan pake filter kecantikan aku udah ngerasa diri aku sendiri sesuai sama standar kecantikan aku

padahal kalau di real life “wah jauh banget” (informan F dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Informan SA, R, dan Y juga menyatakan bahwa diri mereka di media sosial *TikTok* merupakan versi yang disesuaikan dengan ekspektasi atau keinginan untuk terlihat lebih menarik, bukan cerminan nyata dari diri mereka.

“Kalau aku ngerasa ekspektasi kecantikan aku di TikTok itu udah terpenuhi tapi kalau di dunia nyata itu jauh, belum” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Ketika realitas daring ini bertemu dengan interaksi sosial secara langsung, remaja perempuan SMAN 10 Bandung mulai mengalami ketidaknyamanan. Kecemasan sosial muncul, terutama ketika mereka merasa dinilai berdasarkan versi diri mereka yang telah dimodifikasi oleh filter kecantikan. Informan D menjadi satu-satunya informan yang tampak menunjukkan penerimaan diri dan ketenangan, bahkan membuka kemungkinan bahwa orang justru lebih menyukainya di dunia nyata.

“...Pandangan orang itu kan beda-beda ya. Aku pernah pengalaman dan pandangan yang aku temui ternyata bisa aja ada orang yang menilai kita lebih cantik di dunia nyata atau sama cantik walaupun tadi kita pakai filter kecantikan.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Sebaliknya, informan SH mengungkapkan perasaan dan cemas yang muncul akibat ketidaksesuaian tampilan antara dunia maya dan nyata.

“Aku suka kadang overthinking gitu loh, bahkan kalau misalnya ada orang yang tiba-tiba ngestalk aku nih, “kenapa nih tiba-tiba ngestalk aku?” aku mikir nya jadi kemana-mana gitu, tapi pernah sih ada orang yang follow aku dan membandingkan aku yang asli

gitu, kata dia aku yang asli juga cantik gitu” (informan SH dalam sesi wawancara 2 Mei 2025).

Kecemasan sosial serupa dirasakan oleh informan SA dan F, terutama dalam interaksi yang lebih personal seperti saat didekati lawan jenis atau ketika relasi sosial menjadi intens.

“Sama sih, kalau gadaa interaksi lebih aku gak masalah sih, cuma kalau kayak tadi tuh kayak aku di deketin cowo itu baru aku pikirin, aku beda gak ya sama di TikTok gitu, dia ngelihat aku gimana.” (informan F dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Bagi informan R dan Y, kecemasan sosial muncul dari kekhawatiran bahwa orang lain mungkin membicarakan mereka di belakang. Informan R merasa cemas membayangkan bagaimana orang lain menilai dirinya secara diam-diam, sementara informan Y mengungkapkan ketidaknyamanan serupa, terutama karena pandangan orang bisa saja tidak tulus atau bersifat palsu.

Penggunaan filter kecantikan juga membentuk harapan yang tidak realistis terhadap penampilan. Ketika perbandingan itu datang dari orang lain, dampaknya bisa sangat personal. Informan SH dan SA mengaku merasa terluka ketika persepsi orang berubah setelah melihat wajah asli mereka. Informan F mengungkapkan bahwa dirinya bisa merasa tersinggung atau bahkan marah jika ada yang membandingkan wajah aslinya dengan versi dirinya di *TikTok*. Sementara informan R sementara informan R mengungkapkan bahwa perbandingan tersebut menurunkan rasa percaya dirinya dan membuatnya tidak nyaman dengan penampilan asli.

Namun, tidak semua remaja perempuan SMAN 10 Bandung memiliki reaksi serupa. Informan D lebih memilih untuk tidak ambil pusing terhadap pendapat orang lain, sedangkan Y memandang filter kecantikan hanya sebagai hiburan semata sehingga tidak perlu dijadikan tolok ukur kecantikan.

“...Aku sih basicnya karena mungkin udah nggak mau ambil pusing ya, jadi yaudah gitu biarin aja, mungkin itu pendapat mereka kayak gitu, beda dengan pendapat aku sendiri, maksudnya kayak gak kaya gitu kok aslinya, gak beda banget menurut aku, dan pendapat dia akan kalah dengan pendapat aku mungkin juga kalah sama pendapat orang banyak gitu, jadi aku lebih mencoba tidak memikirkan hal-hal yang kayak gitu.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

“Iya, gak percaya diri, maksud aku atuh kayak filter mah buat seru-seruan doang sih gak usah di bandingin sama aslinya gitu.” (informan Y dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Penggunaan filter kecantikan secara intens juga menciptakan keterikatan yang mendalam terhadap wajah versi digital. Tanpa filter kecantikan, remaja perempuan SMAN 10 Bandung merasakan ketidaknyamanan yang nyata. Informan D mengaku tidak percaya diri tanpa filter kecantikan dan lebih memilih menutupi wajahnya dengan *emoji* saat tidak memakai filter kecantikan.

“Kalau aku, ada sedikit rasa nggak nyaman, kayak kemarin aku kan lari nih terus posting tanpa filter tapi ini di Instagram sih, aku tutupin muka aku pakai emoji kupu-kupu karena aku emang gak pede. Jadi aku tetep butuh filter kecantikan yang memperhalus, yang lebih smooth gitu.” (informan D dalam sesi wawancara 2 Mei 2025)

Informan SH bahkan mengaku tidak percaya diri saat harus menunjukkan wajahnya kepada orang-orang terdekat, termasuk teman maupun anggota keluarganya. Ia merasa terganggu dengan

bekas jerawat dan bruntusan yang tampak jelas, sehingga memilih menggunakan filter kecantikan sebagai cara untuk menyamarkan ketidaksempurnaan tersebut. Hal serupa juga diungkapkan oleh informan F yang secara tegas menyebut dirinya merasa “jelek” dan kulitnya terlihat gelap tanpa filter kecantikan. Dalam hal ini, informan SA meniyasati ketidaknyamanan tanpa filter kecantikan dengan memilih untuk hanya memperlihatkan bagian tertentu dari wajahnya.

“Nyaman aja sih, kalau gak full muka aku kelihatan misal kayak cuma mata doang tapi kalau full semuka, nggak...” (informan SA dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Sementara itu informan R dan Y menunjukkan sikap ambivalen. Mereka tidak sepenuhnya menolak wajah asli mereka, namun tetap lebih nyaman menggunakan filter kecantikan karena membuat tampilan mereka lebih menarik.

“Kadang iya kadang enggak sih cuma aku lebih suka pakai filter karena bikin lebih menarik” (informan Y dalam sesi wawancara 6 Mei 2025)

Fenomena ini merefleksikan bagaimana konstruksi realitas sosial sebagaimana dijelaskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann berlangsung secara aktif dalam konteks media sosial *TikTok*. Dalam kerangka ini, realitas sosial dibentuk melalui proses dialektis yang meliputi eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi.

Pada tahap eksternalisasi, remaja perempuan SMAN 10 Bandung mengekspresikan diri mereka di media sosial *TikTok* melalui penggunaan filter kecantikan sebagai representasi visual dari citra diri yang mereka anggap ideal. Filter-filter kecantikan tersebut menjadi medium ekspresi sekaligus sarana penyebaran identitas diri secara sosial ke ranah publik digital. Proses ini berlanjut ke tahap objektifikasi, ketika representasi diri hasil filter kecantikan tidak lagi dilihat sebagai konstruksi teknologis semata, melainkan sebagai citra “nyata” yang mendapatkan pengakuan sosial. Citra ini lalu mendapat validasi dari lingkungan sosial melalui interaksi berupa komentar, *likes*, atau reaksi teman sebaya yang memperkuat statusnya sebagai bagian dari realitas sosial. Akhirnya, pada tahap internalisasi, remaja perempuan SMAN 10 Bandung mulai mengadopsi dan mempercayai citra digital tersebut ke dalam pemahaman diri mereka. Ketika muncul rasa tidak percaya diri tanpa filter kecantikan atau kecemasan akan penilaian orang lain terhadap penampilan di luar media sosial, hal itu menunjukkan bahwa identitas digital telah melebur menjadi bagian dari kesadaran mereka.

Dengan demikian, realitas diri yang terbentuk pada remaja perempuan SMAN 10 Bandung adalah hasil dari interaksi antara perilaku bermedia sosial dan kehidupan nyata. Media sosial *TikTok* dan fitur filturnya tidak hanya menjadi alat ekspresi diri, tetapi juga

menjadi sarana pembentukan realitas sosial yang baru. Realitas ini tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan produk dari konstruksi sosial yang dibentuk secara terus-menerus melalui praktik media dan interaksi sosial. Maka, konstruksi realitas mengenai siapa diri mereka sebenarnya adalah hasil dari pertemuan antara lanskap digital dan lanskap sosial sekolah, yang menciptakan gabungan identitas antara dunia maya dan nyata.

