

**ANALISIS DRAMATURGI PEREMPUAN MADURA  
PENGGUNA FILTER INSTAGRAM DAN TIKTOK DI  
KECAMATAN LARANGAN, PAMEKASAN**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi

Disusun oleh:

Musyarrrafah

19107020081

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA  
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-427/Un.02/DSH/PP.00.9/04/2025

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Dramaturgi Perempuan Madura Pengguna Filter Instagram dan TikTok di Kecamatan Larangan, Pamekasan

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUSYARRAFAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 19107020081  
Telah diujikan pada : Rabu, 12 Februari 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dr. Muryanti, S.Sos., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 67d13be0cb901



Penguji I  
B.J. Sujibto, S.Sos., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 67c156b54a166



Penguji II  
Agus Saputro, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 67d0d4aa817b1

Yogyakarta, 12 Februari 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 680f5484dc76



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Musyarrfah  
NIM : 19107020081  
Program Studi : Sosiologi  
Alamat Asal : Desa Duko Timur, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan  
Alamat Domisili : Karang Gayam, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta.  
Judul Skripsi : **ANALISIS DRAMATURGI PEREMPUAN MADURA PENGGUNA FILTER INSTAGRAM DAN TIKTOK DI KECAMATAN LARANGAN, PAMEKASAN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya tulis ilmiah yang saya tulis sendiri.
2. Apabila skripsi ini telah dimunaqasyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu satu bulan terhitung dari tanggal munaqasyah. Jika lebih dari satu bulan revisi belum selesai, maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqasyah dengan biaya sendiri.
3. Apabila pada kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya skripsi ini bukan karya ilmiah saya sendiri (plagiasi), maka saya bersedia menanggung sanksi untuk dibatalkan gelar sarjana saya.

Demikian surat pernyataan yang saya buat ini dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 22 Januari 2025



Musyarrfah  
NIM: 19107020081

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi  
Lamp :-

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya,  
maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Musyarrfah  
NIM : 19107020081  
Prodi : Sosiologi  
Judul : Analisis Dramaturgi Perempuan Madura Pengguna Filter Instagram  
dan Tiktok di Kecamatan Larangan, Pamekasan

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Atas perhatiannya, saya ucapan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 04 Januari 2025

Pembimbing

Dr. Muryanti, S.Sos., M.A

NIP: 19800829 200901 2 005

## **HALAMAN PERSEMPAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada manusia-manusia yang berusaha untuk sehat akal, jasmani dan rohani di tengah kecamuk hegemoni negara, kapitalisme, dan tren-tren media sosial. Semoga kita dapat menemukan dan mengenali jati diri yang dalam. Secara khusus, saya persembahkan skripsi ini kepada seluruh perempuan yang melawan konstruksi apapun pada pikiran dan tubuhnya. Paling khusus, saya persembahkan skripsi ini kepada ibu tercinta yang telah berpikir alternatif, merefleksikan hidupnya sebagai perempuan, mendiskusikan banyak hal dengan penulis. Terima kasih, ucapan yang tak cukup untuk mewakili rasa Syukur penulis sebagai manusia yang lahir dari rahimnya.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## MOTTO

Ketika kamu lelah dan ingin menyerah, ingatlah saat pertama kali kamu memulai,  
saat orangtuamu berserah dalam doa, dan tak berhenti bermunajat kepada Sang  
Maha.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmah, hidayah, serta maunahnya kepada penulis sehingga penelitian dan penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik. Shalawat serta salam saya haturkan untuk junjungan Sayyidina Muhammad SAW., yang telah menjadi ummul hasanah bagi segenap manusia; yang telah menjadi wasilah hamba dengan Tuhannya. Skripsi berjudul, **“Analisis Dramaturgi Perempuan Madura Pengguna Filter Instagram dan TikTok di Kecamatan Larangan, Pamekasan”**, alhamdulillah telah berhasil diselesaikan. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, banyak pihak-pihak yang terlibat mulai awal perencanaan judul, hingga penulisan kesimpulan. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada mereka yang sudah menemani penulis menjalani hari-hari sepi di tengah skripsi, yaitu:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
3. Ketua Program Studi Sosiologi, Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Muryanti, S.Sos., M.A. Terima kasih atas kesabaran ibu dalam membimbing penulis menyelesaikan penelitian ini. Banyak waktu, tenaga, motivasi dan masukan yang telah ibu berikan kepada penulis.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Ui Ardaninggar Luhtianti, M.A., yang telah membimbing peneliti selama pencarian judul, serta selama penulis mengenyam bangku perkuliahan.
6. Bapak Bernando J. Sujibto, S.Sos., M.A., yang telah membantu penulis mengenali potensi diri, menanyakan dan mengoreksi karya, serta menyemangati penulis.

7. Untuk Dr. Saifuddin, SHI., MSI., yang telah memotivasi dan mengenalkan Jogja.
8. Seluruh Dosen di Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang dengan sabar dan ikhlas memberikan ilmunya kepada saya selama ini.
9. Seluruh Staf Tata Usaha di Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah menjalankan kegiatan di lingkungan program studi dengan baik.
10. Ibu dan kedua ayah saya yang telah bersabar menunggu proses anak pertamanya mencari jati diri dan membebaskannya mencari jalannya sendiri.
11. Ketiga adik saya: Aisyah, Nafisah, dan Habibah, yang telah menjadi penghibur kala suka maupun duka.
12. Segenap keluarga Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan, Sumenep. dan keluarga Pondok Pesantren Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo. Terima kasih atas doa dan barokah yang ajungan berikan.
13. Para leluhur Bani Ruham, Bani Hadu, dan Bani Syarqawi.
14. Untuk nenek tercinta, (alm) Ny. Hj. Fatimah binti Fathullah dan kakek tersayang, (alm) KH. Ahmad Mudzhar Zainuddin. Semoga ajungan mendapatkan tempat yang mulia dan bahagia.
15. Teman-teman kamar independent-women: Dinda, Melda, Cik Riri, dan Dewi. Terima kasih atas segala perhatian, bantuan, cinta dan kasih sayang. Tanpa kalian, apalah arti daerah istimewa ini.
16. Teman kos sekaligus ponakan, tapi lebih tua, Bhing Vina. Terima kasih atas diskusi dan perhatiannya.
17. Teman-teman Lembaga Pers Mahasiswa Arena, baik adik atau kakak tingkat, khususnya bung dan jeng seangkatan: Dina, Aul, Adit, Atikah, Syifa; Dzaky, Farid, Surya, Bisma, Fadlan. Semoga proyek ontologi liputan memori kolektif kita segera selesai dengan baik, dan masa depan berpihak kepada kita serta segenap kaum proletar.

18. Teman-teman yang datang dan pergi, menemani penulis ngopi dan diskusi di Taru Martani maupun warkop lainnya: Amal Bahri, Rifqi Fauzi, Gus Adhim, Srull the Punchline, Thoriq Dakhil, Khafid Wildan; tak lupa Kak Nida Aurora. Terima kasih juga teman-teman yang datang dan ngopi sebentar.
19. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk dua puluh lebih informan yang berkenan meluangkan waktu dan tenaga menjawab wawancara, dan memberikan keterangan-keterangan yang amat bermanfaat bagi penelitian ini. Tanpa kalian semua, penulis tak akan mencapai tahap ini, serta mendapatkan perspektif baru.
20. Seluruh pihak yang sudah berjasa dan baik kepada saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu semoga senantiasa mendapatkan balasan yang indah dari Allah SWT.



## ABSTRAK

**Musyarrafah, *Analisis Dramaturgi Perempuan Madura Pengguna Filter Instagram dan TikTok di Kecamatan Larangan, Pamekasan. Skripsi. Yogyakarta. Program Studi Sosiologi Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2025***

Filter merupakan salah satu fitur yang tersedia di kamera Instagram dan TikTok untuk berswafoto dan atau berswavideo, Banyak kalangan perempuan di Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan menggunakan filter, khususnya filter yang mempercantik, yakni filter yang dapat mencerahkan dan memuluskan kulit, serta filter yang memuat efek riasan seperti lipstik dan maskara. Tingginya intensi penggunaan filter mengindikasikan bahwa filter bukan fitur statis saja, melainkan kini menjadi kebutuhan para perempuan untuk membentuk citra diri dan memenuhi standar kecantikan di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian, teori Dramaturgi Erving Goffman digunakan sebagai pisau analisis untuk memahami bagaimana perempuan menampilkan dirinya ketika menggunakan filter di panggung depan (media sosial), dan menyembunyikan aspek-aspek tertentu di panggung belakang—di luar layar.

Terdapat dua puluh informan dari berbagai kalangan, yakni siswi, mahasiswi, ibu rumah tangga, dan pekerja perempuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para perempuan berswafoto atau berswavideo menggunakan filter berlandaskan beragam motif, di antaranya untuk meningkatkan kepercayaan diri, menghilangkan jerawat dan kondisi kulit yang tidak mulus, serta untuk hiburan di waktu luang. Selain itu, filter juga berperan menguatkan persepsi cantik yang ideal menurut standar sosial, sehingga para informan menganggap penggunaan filter sebagai keharusan. Studi ini juga menemukan perbedaan signifikan antara citra diri perempuan sebelum dan setelah menggunakan filter, persepsi tentang diri di antaranya, serta penghargaan terhadap diri. Pada akhirnya,

motivasi dan persepsi perempuan pengguna filter saling berkaitan terhadap dramaturgi yang ditampilkan di media sosial.

**Kata kunci:** Filter wajah, media sosial, dramaturgi, citra diri, kecantikan.



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMPAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Tinjauan Pustaka .....	12
F. Landasan Teori.....	26
G. Metode Penelitian.....	31
H. Sistematika Penulisan .....	44
<b>BAB II DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN (KECAMATAN LARANGAN, KABUPATEN PAMEKASAN).....</b>	<b>46</b>
A. Kondisi Geografis Kecamatan Larangan.....	46
B. Kondisi Sosial di Kecamatan Larangan.....	50
C. Wacana Kecantikan di Kalangan Perempuan Kecamatan Larangan .....	56
D. Profil Informan .....	59

<b>BAB III MOTIVASI DAN PERSEPSI PEREMPUAN PENGGUNA FILTER DI KECAMATAN LARANGAN, SERTA PROSES MENGGUNAKANNYA .....</b>	<b>62</b>
A. Motivasi Perempuan Menggunakan Filter .....	62
1. Untuk Mencerahkan Warna Kulit.....	63
2. Memuluskan Wajah.....	64
3. Untuk Merias Wajah dengan Instan .....	66
4. Tampil Lebih Menarik.....	68
5. Supaya Percaya Diri Semakin Meningkat.....	68
6. Mendapatkan <i>likes</i> dan <i>fyp</i> .....	70
7. Menghibur Diri .....	71
B. Proses Perempuan Menggunakan Filter .....	72
1. Memilih Filter .....	72
2. Menentukan Latar dan Pencahayaan .....	77
3. Memilih dan Merapikan Pakaian atau Kerudung .....	78
4. Berdandan Terlebih Dahulu .....	81
C. Persepsi Cantik Perempuan Pengguna Filter.....	82
1. Persepsi Cantik Perempuan sebelum Memakai Filter .....	82
2. Persepsi Cantik menurut Perempuan Setelah Menggunakan Filter....	91
<b>BAB IV ANALISIS DRAMATURGI PEREMPUAN MENGGUNAKAN FILTER UNTUK BERSWAFOTO DAN BERSWAVIDEO .....</b>	<b>101</b>
A. Panggung Depan: Penampilan Properti dan Ekspresi.....	102
B. Panggung Belakang: Persepsi dan Perasaan yang Disembunyikan .....	109

1. Persiapan Para Informan untuk Menggunakan Filter dan Mengunggah Hasilnya.....	110
2. Penyembunyian Persepsi Negatif di Panggung Belakang .....	114
3. Pembentukan Persepsi Diri dan Perasaan Senang di Panggung Belakang.....	117
C. Dramaturgi Digital: Wajah Filter sebagai Wujud Eksistensial Perempuan Masa Kini .....	119
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>124</b>
A. KESIMPULAN .....	124
B. SARAN.....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>126</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>131</b>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Daftar dan Keterangan Informan .....	33
Tabel 1. 2 Catatan Lapangan Simulasi Informan Menggunakan Filter .....	36
Tabel 1. 3 Observasi Efek Filter.....	40
Tabel 2. 1 Jumlah Populasi di Kecamatan Larangan .....	50
Tabel 2. 2 Jumlah Sekolah di Kecamatan Larangan .....	53
Tabel 2. 3 Profil Informan Penelitian.....	59
Tabel 3. 1 Hasil Wawancara tentang Motivasi.....	66
Tabel 3. 2 Macam-Macam Efek Filter .....	75
Tabel 3. 3 Hasil Wawancara tentang Persepsi.....	90
Tabel 3. 4 Hasil Wawancara tentang Persepsi Setelah Menggunakan Filter .....	96



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Luas Daerah Kecamatan di Kabupaten Pamekasan .....	46
Gambar 2. 2 Peta Kecamatan Larangan.....	49
Gambar 4. 1 Screenshoot Swavideo bersama Informan ZR .....	114



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi telekomunikasi tidak pernah berhenti. Mulai tahun 1876 ketika Alexander Graham Bell dan Thomas Watson melakukan panggilan menggunakan telepon pertama, sampai abad 21 sekarang, ketika era komunikasi virtual menyamai komunikasi tatap muka secara langsung tanpa batas-batas geografis. Demikian, fitur telekomunikasi bukan lagi sekadar bertukar suara atau pesan teks, melainkan juga berbagi gambar dan video sebagaimana yang tersedia di media sosial. Perkembangan teknologi tersebut bukan hanya mengubah pola komunikasi, tetapi juga memunculkan fenomena baru dalam hal eksistensi, identitas, dan presentasi individu.

Dalam film dokumenter *The Social Dilema* (2020), Tristan Harris, mantan Ahli Etika Desain Google menjelaskan bahwa media sosial merupakan teknologi persuasif yang dapat mengubah perilaku manusia. Pasalnya, setiap individu mendapatkan hak penuh untuk mengatur ‘dirinya’ melalui akun pribadi, mulai konten yang ingin dikonsumsi, informasi yang ingin diketahui. Begitupun sebaliknya, individu bebas untuk membagikan konten atau informasi tentang dirinya. Akan tetapi, kebebasan tersebut tidak serta merta membuat individu independen dalam hal selera konten dan informasi karena ada algoritma yang akan

mengakumulasi dan mempersuasi dengan kesenangan-kesenangan semu yang membuat individu—pengguna atau *user*—candu. Dalam penelitian ini, penulis akan fokus membahas penggunaan media sosial populer, Instagram dan TikTok, dan satu fitur di dalam keduanya yang paling banyak digunakan oleh perempuan.

Melansir dari Tempo.co, Indonesia menempati urutan keempat di peringkat lima besar negara pengguna media sosial terbanyak menurut data World Population Review pada Juli 2024, dengan rincian 167 juta pengguna dari 281 juta populasi.<sup>1</sup> Khusus aplikasi TikTok, menurut data di bulan yang sama, Indonesia menempati posisi pertama dengan jumlah pengguna tertinggi di dunia, yaitu sebanyak 157,6 juta, dilansir dari Goodstats.id.<sup>2</sup> Di sisi lain, jumlah pengguna Instagram juga termasuk tinggi, yakni sebanyak 100 juta menurut statistik We Are Social dan Meltwater Digital 2024.<sup>3</sup> Tingginya statistik tersebut menunjukkan bahwa hampir semua orang di Indonesia terhubung di media sosial, sejalan dengan data yang diperoleh Meltwater Digital tentang koneksi telepon seluler di Indonesia mencapai 353 juta pada awal 2024.<sup>4</sup>

Media sosial sebagai media komunikasi menciptakan perilaku baru, yakni berbagi atau *share* melalui unggahan *feed* maupun *story*

<sup>1</sup> Aulia Ulva, “5 Negara Pengguna Media Sosial Terbanyak, Indonesia Termasuk,” *Tempo.co* (blog), t.t., diakses 19 Januari 2025.

<sup>2</sup> Raisya Aliya Fatika, “10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?,” *data.goodstats.id* (blog), t.t., diakses 19 Januari 2025.

<sup>3</sup> “Digital 2024, Global Overview Report, The Essential Guide to The World’s Connected Behaviours” (We Are Social, t.t.), diakses 19 Januari 2025.

<sup>4</sup> “Digital 2024, Global Overview Report, The Essential Guide to The World’s Connected Behaviours.”

berupa foto dan video—perilaku yang tidak dapat dilakukan sebelum kemunculan internet. Perilaku berbagi tersebut termasuk aktivitas intens para pengguna Instagram—berdasarkan penelitian secara menyeluruh di beberapa negara termasuk Indonesia—yakni dengan persentase 70,4%, paling tinggi di antara aktivitas lainnya seperti bertukar pesan dengan teman dan keluarga, mencari informasi terkini, atau mencari tahu tentang produk tertentu, dan lain sebagainya.<sup>5</sup> Bentuk unggahan berupa foto dan video pun di Instagram dan TikTok meningkatkan perhatian akan kualitas visual di kalangan pengguna, tidak hanya tentang resolusi gambar, tetapi juga visual fisik individu. Bentuk unggahan tersebut pun berkaitan erat dengan aktifitas swafoto dan swavideo yang akan diulas singkat dalam penelitian ini.

Filter menjadi alat untuk memperbaiki penampilan visual yang meskipun pihak Instagram tidak menyebut eksplisit sasaran pasar fitur tersebut, perempuan sebagai gender yang dikonstruksi sosial untuk memerhatikan fisiknya, secara alamiah menjadi pengguna fitur tersebut. Pasalnya, filter mengandung unsur-unsur peranti yang mirip dengan produk-produk *skincare* untuk menyehatkan kulit dan kosmetik untuk merias wajah. Hal yang membedakan filter dengan produk kecantikan adalah kemudahan akses yang tidak membutuhkan modal ekonomi maupun waktu panjang agar perempuan mendapatkan ‘kecantikan’ yang selama ini mereka idamkan.

---

<sup>5</sup> “Digital 2024, Global Overview Report, The Essential Guide to The World’s Connected Behaviours.”

Filter wajah kian digandrungi para perempuan dari berbagai kalangan kelas sosial, usia, dan melewati batas-batas geografis. Sebagai salah satu fitur di media sosial yang kini siapapun bisa mengaksesnya hanya dengan modal telepon pintar dan kuota internet, dalam pembahasan kali ini ialah Instagram dan TikTok, maka lazim persebaran tren penggunaan filter wajah sampai kepada siapapun dan di sudut manapun seseorang berada. Fitur ini juga memberi kemudahan memodifikasi wajah agar terlihat lebih cantik cukup dengan satu klik. Meskipun ada jenis-jenis filter yang bisa mengubah wajah bebentuk dan berwarna aneh, menyerupai hewan, seorang tokoh, dan filter beraksesoris seperti topi, bando, dan lain sebagainya, pada kenyataannya, para perempuan lebih sering menggunakan filter wajah yang dinilai memperbaiki dan mempercantik wajahnya.

Ketika kita baru mengenal filter, mencobanya adalah Tindakan pertama yang akan kita lakukan. Setelah mencoba satu, kita akan mencari filter lain, menimbang hasil filter apa yang lebih baik dan cocok, untuk selfie maupun konten video. Kemudian, timbul kecanduan untuk terus menggunakannya karena senang melihat perubahan yang dilakukan filter, seperti yang dirasakan Mia dalam artikel *Theguardian.com*.<sup>6</sup> Ia menceritakan pengalamannya bagaimana filter meningkatkan kepercayaan dirinya hingga konten di TikToknya mencapai 1 juta penonton. Mia merupakan perempuan yang beratnya mencapai 100kg. Ia menggunakan

<sup>6</sup> Matilda Boseley, “Is That Really Me? The Ugly Truth About Beauty Filters,” [www.theguardian.com \(blog\)](http://www.theguardian.com/blog), 2022.

filter untuk menghilangkan dagu ganda dan mengubah struktur tulang agar terlihat lebih ‘sempurna’. Akan tetapi, suatu hari, ia bercermin dan menyadari perbedaan antara dirinya di layar dan di depan kaca, lalu merasa jelek sampai menangis. “*When you've got that filter all the time ... you almost disassociate from that image in the mirror because you have this expectation you should look like that. Then when you don't, the self-destructive thoughts start,*” ujarnya.<sup>7</sup>

Jenis filter tertentu kadang menjadi tren dan kita dapat melihat di setiap foto teman atau saudara atau diri sendiri. Fitur filter memang terkesan seru karena setiap orang bisa melihat tampilan lain dari dirinya, tapi perubahan yang berlebihan, bahkan yang sedikit, misalnya warna kulit menjadi lebih cerah, pun pada akhirnya menimbulkan standar kecantikan dan persepsi diri yang berbeda.<sup>8</sup> Filter dianggap penyelamat penampilan khususnya wajah, karena berhasil menutupi “dosa-dosa kecil”, seperti jerawat, kerutan, beruntusan, dan pori-pori lebar, bibir hitam, serta kulit gelap. Tidak hanya itu, beberapa filter dapat mengubah bentuk dagu, hidung, pipi, dan alis. Di kamera TikTok misalnya, dengan atau tanpa filter, tersedia fitur untuk mengubah bentuk hidung lebih mancung dan pipi lebih tirus. Di satu sisi, filter meningkatkan kepercayaan diri seseorang saat tampil di media sosial, tetapi di dunia nyata, filter membuat

---

<sup>7</sup> Boseley.

<sup>8</sup> Joanne Ma, “Are Face Filter on Instagram, Snapchat and TikTok Leading to a Distorted Sense of Beauty in Society?,” t.t., <https://www.scmp.com/yp/discover/lifestyle/features/article/3072283/are-face-filters-instagram-snapchat-and-tiktok>.

para perempuan semakin terobsesi menjadi cantik hingga berupaya menyamai wajah berfilter dengan berbagai tindakan, mulai penggunaan *skincare*, kosmetik, perawatan klinik, bahkan operasi plastik,<sup>9</sup> yakni dengan prosedur *botox* dan *filler*.

Jia Tolentino, jurnalis *The New Yorker*, menyebut fenomena ini sebagai *cyborgian look*. Pasalnya, wajah Perempuan yang beragam kini hampir semua sama dengan kulit tanpa pori-pori dan bersinar, pipi yang penuh dan tinggi, mata seperti kucing, dan bulu mata panjang.<sup>10</sup> “Teknologi Instagram menulis ulang wajah Perempuan,”<sup>11</sup> tulisnya, begitupun TikTok. Filter memberlakukan standar kecantikan yang seragam: perempuan berkulit gelap, dicerahkan; perempuan kulit putih terlihat lebih muda.<sup>12</sup> Fenomena ini menurut Lawrence dan Cambre berkaitan erat dengan isu rasial, gender, kelas, dan umur.<sup>13</sup> Filter mengindikasikan norma, warna, dan jenis kelamin: “Mereka (filter) memberi tahu kita tentang siapa yang dipersilakan untuk berpartisipasi dan dianggap layak mendapatkan visibilitas digital.”<sup>14</sup> Artinya, filter mengawasi dan membatasi konten visual seperti apa yang patut atau tidak untuk diunggah.

<sup>9</sup> Seren Smith, “Ada Orang Terobsesi Punya Wajah Seperti Filter Instagram, Inilah Perkiraan Biayanya,” Vice.com, 2021.

<sup>10</sup> Jia Tolentino, “The Instagram Face. How Social Media, FaceTune, and Plastic Surgery Created a Single, Cyborgian Look.,” *The New Yorker*, t.t.

<sup>11</sup> Tolentino.

<sup>12</sup> Thomas Latschan, “Beauty Filters Face Legislation to Protect Mental Health,” Dw.com, 2023.

<sup>13</sup> Christine Lawrence dan Carolina Cambre, “Do I Look Like My Selfie?: Filters and the Digital-Forensic Gaze,” *Social Media+Society*, 2020, <https://doi.org/2056305120955182>.

<sup>14</sup> Lawrence dan Cambre.

Filter berhasil meningkatkan perhatian hampir setiap perempuan terhadap kebutuhan visual. Di Instagram dan TikTok, aplikasi yang unggahan utamanya berupa foto atau video, keelokan orang lain menjadi konsumsi setiap hari. Akibatnya, para perempuan kehilangan kepercayaan diri terhadap penampilan fisik aslinya karena ekspektasi cantik ala filter, yang akhirnya menimbulkan rasa malu untuk menunjukkan foto diri sendiri tanpa filter.<sup>15</sup> Ada beberapa masalah lain yang timbul dari fenomena filter ini, yaitu: standar kecantikan artifisial yang tidak realistik, ketergantungan menggunakan filter, kesehatan mental, distorsi persepsi diri, tekanan untuk terlihat sempurna, bias usia, ras, dan gender, serta penipuan.<sup>16</sup>

Sari dkk. (2022)<sup>17</sup> menyebut media sosial—penyedia fitur filter—menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku perempuan, seperti perasaan tidak puas terhadap tubuh dan penampilannya. YMCA, organisasi nirlaba di Inggris, melakukan penelitian tentang kepercayaan diri anak muda dan konten yang mereka unggah di media sosial, berjudul The Curate Escape. Sampel penelitian terdiri dari 2189 anak muda, laki-laki dan perempuan, dengan rentang usia 11-24 tahun. Salah satu hasil penelitiannya menunjukkan 67% anak muda mengedit foto diri sendiri sebelum diunggah di media social, 11% menghilangkan cela dan 10%

<sup>15</sup> Husnul Fitri Hasibuan, “Suka Pakai Beauty Filter, Bisa Berbahaya untuk Kesehatan Mental?,” Kumparan.com, 2022.

<sup>16</sup> Bernard Marr, “Picture Perfect: The Hidden Consequences of AI Beauty Filters,” Forbes.com, 2023.

<sup>17</sup> Mila Sari dkk., “Beauty of Women From Ideal Appearance And Understanding Of Beauty Standards: A Literature Review,” INFOKUM 10, no. 5 (2022): 686–99.

memperhalus kulit, dan 27% di antaranya menambahkan filter untuk fotonya.<sup>18</sup> Tindakan itu mereka lakukan tidak lain adalah karena tekanan untuk berpenampilan sempurna di media sosial.

Dalam penelitian lain, ditemukan bahwa kecenderungan mengambil foto, mengedit serta menggunakan filter lebih banyak dilakukan perempuan daripada laki-laki.<sup>19</sup> Hal ini mengindikasikan bahwa wacana kecantikan perempuan masih dan terus diproduksi dan disebarluaskan. Ruggeri, dalam artikelnya di *BBC.com*, menyebut fenomena penggunaan filter wajah sebagai panjang tangan obsesi budaya tentang penampilan sempurna, serta sebagai respon terhadap standar kecantikan di dunia nyata, sekaligus merekonstruksi standar kecantikan yang sudah ada.<sup>20</sup> Dalam konteks Indonesia, sudah mafhum bahwa standar cantik adalah berkulit putih, baik seperti orang Eropa atau Cina, meskipun kenyataannya perempuan Indonesia amat beragam. Walaupun akhir-akhir ini, para perempuan mulai terbuka dengan keberagamannya, tetapi kulit putih atau cerah masih menjadi nomor satu, khususnya di Madura.

Hampir tidak ada swafoto atau konten video seorang perempuan Madura, khususnya di Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan, tanpa menggunakan filter, baik Perempuan yang berkulit gelap maupun cerah.

---

<sup>18</sup> “The Curate Escape,” YMCA, 2019.

<sup>19</sup> Amandeep Dhir dkk., “Do Age and Gender Differences Exist in Selfie-Related Behaviours?,” *Computers in Human Behavior* 63 (Oktober 2016): 549–55, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.053>.

<sup>20</sup> Amanda Ruggeri, “Beauty Filters Like TikTok’s New Bold Glamour Can Transform People’s Appearance, and The Technology is Now Strikingly Seamless. What Can Research Tell Us About the Psychological,” BBC.com, t.t.

Menjamurnya klinik kecantikan di kecamatan ini pun kian memperkuat wacana bahwa kecantikan perempuan tidak serta merta alami, muncul dalam diri masing-masing, melainkan harus diupayakan dengan produk dan prosedur tertentu. Sama halnya dengan keberadaan filter, bak penegasan bagi perempuan yang ingin tampil cantik dan menarik di media sosial, melalui akun pribadinya pun mereka harus memperindah parasnya menggunakan filter.

Meskipun terdapat filter yang dapat mengubah bentuk wajah drastis, para perempuan masih mempertimbang ‘orisinalitas’ dirinya. Mereka memilih filter yang tidak banyak mengubah wajah, hanya bagian-bagian wajah yang tidak diinginkan terlihat oleh teman online, seperti jerawat, pipi besar, dan hidung kecil. Alasannya tidak lain karena mereka mengkhawatirkan penampakan dirinya di media sosial berbanding jauh dengan di kenyataan. Ketika mengambil swafoto dan konten menggunakan filter; pakaian, latar tempat, dan pencahayaan juga dipertimbangkan. Pasalnya, filter tidak serta merta membuat tampilan diri sempurna, perlu ada sedikit persiapan di belakang layar. Fenomena ini mendapat julukan ‘ale’ pale” atau berlenggak-lengkok lantaran dalam proses pengambilan swafoto dan konten, perempuan akan menelengkan kepalanya ke kanan atau ke kiri.

Dapat dikatakan, saat ini filter bukan lagi kebiasaan atau kesenangan sesaat, melainkan kebutuhan, yang walaupun tidak termasuk primer, sekunder, dan tersier, tetapi tidak bisa dibayangkan bagaimana

misalnya fitur filter dihilangkan dari dunia media sosial atau penggunaannya dilarang dengan hukuman berat. Membayangkan ketiadaan filter sama dengan membayangkan kemustahilan ketiadaan kosmetik: filter dibutuhkan perempuan untuk tampil sempurna di dunia maya, sedangkan kosmetik di dunia nyata. Data dan pemaparan di atas membuat peneliti tertarik untuk mengulik dramaturgi perempuan pengguna filter Instagram dan TikTok. Dua aplikasi itu dipilih karena kebanyakan Perempuan menggunakan filter yang tersedia di sana, satu untuk swafoto dan satu lagi untuk konten video. Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan, sebuah lingkup kecil, tempat pengguna filter yang masif dari berbagai kalangan.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan dua pertanyaan dasar penelitian ini:

1. Bagaimana motivasi perempuan menggunakan filter Instagram atau TikTok?
2. Bagaimana persepsi cantik menurut perempuan pengguna filter Instagram atau TikTok, baik sebelum maupun sesudah menggunakan filter?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui motif perempuan menggunakan filter.
2. Mengetahui persepsi cantik menurut perempuan pengguna filter, sebelum dan sesudah memakai filter.
3. Mengetahui proses saat perempuan menggunakan filter.

#### D. Manfaat Penelitian

Setelah menyelesaikan penelitian, penulis berharap karya ini dapat bermanfaat baik secara teoritis dan akademis, serta dalam praktis.

##### 1. Manfaat Teoritis

Dalam ruang lingkup teoritis dan akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah kajian sosiologi komunikasi, khususnya penggunaan media sosial sebagai ruang ekspresi diri.

##### 2. Manfaat Praktis

Dari ranah praktis, penulis berharap hasil penelitian ini bermanfaat bagi kalangan perempuan untuk memahami tentang wacana kecantikan yang selalu diproduksi dan direproduksi oleh media sosial. Pemahaman tersebut diharapkan agar para perempuan tidak terbelenggu oleh definisi cantik yang dibentuk oleh orang lain, maupun media sosial.

## E. Tinjauan Pustaka

Teori Dramaturgi Erving Goffman sudah dipakai oleh beberapa penelitian sebelumnya untuk mengulas penampilan seseorang di akun media sosialnya. Dalam tema besar itu, ada tiga fenomena daring yang juga dikaji menggunakan teori tersebut, yakni pengaturan tampilan pengguna Facebook dan Instagram, anonimitas, dan penggunaan *second account*. Lebih lanjut, kajian mengenai penggunaan filter wajah juga sudah banyak ditulis oleh peneliti sebelumnya. Kajian filter wajah sebelumnya mengulas tentang dampak, motif, dan persepsi pengguna filter wajah setelah menggunakan filter. Tinjauan terhadap penelitian sebelumnya diperlukan untuk menentukan arah penelitian baru ini, serta menentukan posisi penelitian agar tidak terjadi duplikasi penelitian.

Chitra Tanwar dan Shikha Rai (2022)<sup>21</sup> menggunakan metode campuran atau *mix-method approach* untuk mengulik penggunaan media sosial Facebook guna membentuk, mengatur, dan menciptakan kesan individu berdasarkan teori Dramaturgi Goffman. Terdapat 500 responden online dan wawancara dengan beberapa ahli komunikasi, sosiologi, dan psikologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil media sosial merupakan panggung depan (*front stage*). Oleh karena itu, pemilik akun mengelola dan merencanakan dengan teratur kesan tampilan profil mereka di belakang layar (*backstage*), meliputi foto profil dan postingan. Sekitar

---

<sup>21</sup> Chitra Tanwar dan Rai Shikha, “Social Media As Platforms Of Dramaturgy: Text And Display Pictures As Tools Of Impression,” *IIS Univ* 11, no. 1 (2022): 288–302.

satu bulan sekali, 153 responden mengubah foto profilnya, sedangkan 113 responden lainnya mengganti foto profil, kurang lebih, satu kali setiap minggu; dan sekitar 53 responden mengganti foto profilnya setiap hari. 69 responden menyatakan tidak pernah, dan 10 responden lainnya mengganti foto profil beberapa kali dalam sehari. Pemilihan foto profil responden berdasarkan keinginan diri ingin terlihat seperti apa di mata orang lain. Dari penelitian ini juga menunjukkan perbedaan jumlah postingan tulisan responden: 138 responden menulis postingan, kurang lebih, satu bulan sekali; 127 responden menulis postingan beberapa kali dalam satu minggu; 107 responden menulis satu postingan dalam seminggu; dan 62 responden menulis satu postingan sehari; 14 responden menulis postingan beberapa kali dalam sehari; dan 51 responden lainnya menjawab tidak pernah.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Amelia dan Amin (2022)<sup>22</sup>, menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan dramaturgi. Subjek penelitian ini terdiri dari tiga mahasiswa jurusan Pendidikan IPS di UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang. Hasil penelitian menunjukkan, ketiga mahasiswa tersebut menggunakan Instagram sebagai panggung depan untuk membangun citra yang diinginkan, yang berbeda dengan panggung belakang, yakni kehidupan di belakang layar, tempat karakter asli mereka. Ada beberapa bentuk upaya yang dilakukan subyek: a) mengunjungi tempat viral, juga tempat yang mewah atau mahal, lalu mengunggahnya di

---

<sup>22</sup> Luky Amelia dan Saiful Amin, “Analisis Self-Presenting Dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman Pada Tampilan Instagram Mahasiswa,” *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial* 1, no. 2 (2022): 173–87.

akun Instagramnya, b) mengunggah kegiatan organisasi untuk menunjukkan kesibukan sebagai organisator dan, c) menggunakan barang *branded* agar terlihat trendi. Liana dkk., (2023)<sup>23</sup> melakukan penelitian yang sama di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan menunjukkan bahwa motif pengguna membangun citra diri atau pamer di Instagram tidak lain untuk mendapatkan lebih banyak pengikut, suka, dan komentar. Unggahan di Instagram dianggap sebagai bentuk apresiasi dan ekspresi diri.

Penelitian selanjutnya tidak jauh berbeda dan juga menggunakan teori Dramaturgi Erving Goffman, dilakukan oleh Khuzaimah dan Harianto (2023). <sup>24</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan fenomenologi, berlokasi di Kecamatan Sedan. Khuzaimah dan Harianto (2023) menemukan perilaku remaja yang berbeda ketika menampilkan dirinya di Instagram (*front stage*) dan di belakang layar atau di rumah (*back stage*). Di panggung depan, para remaja melakukan persiapan—mulai pakaian, pose, dan makanan yang dimakan—lalu pemilihan foto yang paling bagus sebelum diunggah agar nantinya memperoleh kesan baik dari pengikutnya. Lain saat di rumah, para remaja memakai baju apa adanya dan makanan yang sederhana. Motif tindakan para remaja ini tidak hanya untuk membangun citra diri, melainkan untuk menarik target pasar bisnis yang sedang dijalankan, juga hiburan.

---

<sup>23</sup> Desty Dwi Liana, Agung Fauzi, dan Denny Soetrisnaadisendjaja, “Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Dan Panggung Sandirwara Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa),” *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 6, no. 1 (2023): 234–40.

<sup>24</sup> Khuzaimah Khuzaimah dan Sugeng Harianto, “Instagram Sebagai Media Berdramaturgi dalam Membentuk Self-Image Virtual (Studi pada Remaja Pengguna Instagram di Kecamatan Sedan),” *Jurnal Pendidikan Sosiologi Undiksha* 5, no. 2 (2023): 139–46.

Dari penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Instagram menjadi panggung depan tempat individu memainkan peran dan membangun citra sesuai keinginan pribadi melalui unggahannya, sedangkan kehidupan di balik layar merupakan panggung belakang, tempat karakter, perilaku, dan kondisi individu sebenarnya. Baru-baru ini, muncul fenomena baru: satu orang memiliki dua akun (akun utama dan akun kedua) dengan persona yang berbeda. Ada beberapa penelitian terkait fenomena tersebut, di antaranya skripsi karya Husna (2022)<sup>25</sup>, Panjaitan (2022)<sup>26</sup>, serta jurnal Nurmala dan Setiawan (2023)<sup>27</sup>. Hasil tiga penelitian tersebut saling berhubungan. Husna (2022) menemukan unggahan konten yang berbeda di akun pertama dan akun kedua mahasiswa Sosiologi, Fisip, Unsoed angkatan 2015-2019. Dalam akun pertama, pengguna mengunggah konten yang sesuai dengan kondisi sosial di Instagram (umum) untuk mempertahankan nilai positif dari pengguna lain. Sedangkan di akun kedua, pengguna lebih ekspresif menunjukkan hobi mereka sebagai penggemar anime, K-Pop, juga fotografer. Perilaku itu dilakukan karena alasan berikut, menurut hasil penelitian Panjaitan (2022): kebutuhan privasi dan ekspresi sesuai diri sendiri para pengguna serta ruang ekspresi yang aman. Nurmala dan Setiawan (2023) menyebut akun pertama sebagai

<sup>25</sup> Ghozian Firdaus Husna, ‘‘Fenomena Dramaturgi di Media Sosial Mahasiswa Sosiologi Fisip Unsoed (Studi Kasus Pengguna Second account Media Sosial Instagram)’’ (Universitas Jendral Soedirman, 2022).

<sup>26</sup> Ari Febrio Pratama Panjaitan, ‘‘Pengaturan kesan dalam menggunakan second account media sosial Instagram: Studi deskriptif pada mahasiswa sosiologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2017’’ (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022).

<sup>27</sup> Nisa Nurmala dan Rizki Setiawan, ‘‘Fenomena Dramaturgi dan Konstruksi Citra Diri Pengguna Second Account Instagram Pada Kalangan Mahasiswa FKIP Untirta,’’ *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 6, no. 1 (2023): 345–56.

panggung depan dan akun kedua sebagai panggung belakang. Pasalnya, informan penelitian mengakui bahwa mereka menampilkan kepribadian yang berbeda di akun pertama—tempat berinteraksi dengan pengguna umum—and di akun kedua, tempat pengguna berinteraksi dengan pengguna lain yang mempunyai hubungan lebih dekat.

Kemudian, Yantong Jin dkk. (2022)<sup>28</sup> menilik representasi anonimitas dan penggunaan nama dalam aplikasi WeChat, menggunakan metode kualitatif-interpretatif dan teori Dramaturgi Erving Goffman. Ada dua vitur yang ditilik, yakni Moment dan Tape (kotak pertanyaan). Pada fitur Moment, pengguna memakai nama asli, sedangkan di Tape, pengguna anonim. Yantong Jin dkk., menemukan perbedaan perilaku pengguna dalam dua vitur tersenut. Moment ibarat panggung depan, yakni tempat pengguna mengunggah postingan yang dapat dilihat dan dikomentari pengguna lain. Artinya, pengguna terikat dengan norma-norma sosial karena diamati oleh pengguna lain. Sedangkan vitur Tape, merupakan panggung belakang karena anonimitas, sehingga pengguna lebih bebas mengekspresikan karakter pribadi yang lebih sentimental.

Penelitian selanjutnya tentang penggunaan filter wajah. Susilawati dan Sari (2022)<sup>29</sup> mengulik motif 24 mahasiswi Universitas Negeri Padang, menggunakan filter Instagram dengan metode penelitian

<sup>28</sup> Yantong Jin, Yaqin Tian, dan Hongjie Wu, “The Presentation of Self on Online Social Network Platforms from the Perspective of Dramaturgical Theory: Taking WeChat Moments and Anonymous Question Platform ‘Tape’ as Examples,” 2022, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220105.204>.

<sup>29</sup> Lisa Novita Sari dan Nora Susilawati, “Motif Penggunaan Filter Instagram di Kalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang,” *Jurnal Perspektif* 5.2 (2022): 217–27.

kualitatif, pendekatan fenomenologi dan teori Imagologi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa para mahasiswa menggunakan filter untuk pencitraan diri dan mengikuti tren, serta untuk menutupi kekurangan penampilan fisik. Hal itu mereka lakukan karena tekanan sosial menuntut penampilan perempuan untuk sempurna, cantik, dan menarik, dalam konteks ini di media sosial. Para mahasiswi kemudian kecanduan menggunakan filter karena tidak percaya diri. Javornik *et. al* (2022)<sup>30</sup> melakukan penelitian serupa. Ia menemukan bahwa pengguna filter termotivasi karena ingin menampilkan diri mereka lebih baik ketika berinteraksi di media sosial, serta untuk meningkatkan penerimaan diri.

Penelitian selanjutnya mengulas tentang dampak penggunaan filter wajah. Youn (2019)<sup>31</sup> menyebut filter Instagram mengubah persepsi penampilan seseorang, meliputi warna kulit lebih cerah, wajah lebih mengkilap, serta wajah yang terlihat lebih tajam, pun Fribourg *et al.* (2021)<sup>32</sup> menemukan bahwa penggunaan filter yang mengubah bentuk wajah, juga filter yang ada konten seperti kacamata virtual, mengurangi kepercayaan diri para pengguna. Clara (2022)<sup>33</sup> menggunakan metode

<sup>30</sup> Ana Javornik dkk., ““What Lies behind the Filter?” Uncovering the Motivations for Using Augmented Reality (AR) Face Filters on Social Media and Their Effect on Well-Being,” *Computers in Human Behavior* 128 (2022): 107126, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107126>.

<sup>31</sup> Anthony Youn, “What is the Ideal Instagram Filter?,” *Oxford University Press* 1 (2019).

<sup>32</sup> Rebecca Fribourg, Etienne Peillard, dan Rachel McDonnell, “Mirror, Mirror on My Phone: Investigating Dimensions of Self-Face Perception Induced by Augmented Reality Filters,” dalam *2021 IEEE International Symposium on Mixed and Augmented Reality (ISMAR)* (2021 IEEE International Symposium on Mixed and Augmented Reality (ISMAR), Bari, Italy: IEEE, 2021), 470–78, <https://doi.org/10.1109/ISMAR52148.2021.00064>.

<sup>33</sup> Clara Isakowitzsch, “How Augmented Reality Beauty Filters Can Affect Self-Perception” (Irish Conference on Artificial Intelligence and Cognitive Science, Switzerland: Springer Nature, 2022).

kualitatif, menginstruksikan 8 informan: 4 perempuan, 2 non-biner, dan 2 laki-laki, berusia antara 24 sampai 33 tahun; untuk mengambil foto depan diri tanpa gerakan dan gambar dengan gerakan dari berbagai sudut menggunakan filter populer, yakni *Mary Philips* dan *Men's Beauty*. Setelah memakai filter tersebut, para informan memaparkan perasaannya. Beberapa informan cemas karena melihat perbedaan diri asli dan diri yang difilter. Meskipun demikian, para informan masih menganggap wajah nyata lebih cantik daripada setelah menggunakan filter.

Henriques dan Patnaik (2020)<sup>34</sup> juga meneliti tentang penggunaan filter wajah. Menurut penemuannya, filter dan aplikasi kecantikan mendorong perempuan untuk melihat dan mengawasi diri mereka sendiri. Filter dan aplikasi modifikasi wajah memvisualisasikan keadaan wajah perempuan ketika gigi semakin putih, kantung mata hilang, dan apakah kelihatan tua atau muda. Hal itu memengaruhi persepsi kecantikan dan tubuh mereka. Eshiet (2020)<sup>35</sup> juga mengulas bagaimana gambar-gambar memengaruhi pandangan perempuan muda terhadap diri mereka sendiri, dan keinginan mereka untuk mengubah penampilan dengan kosmetik agar mirip dengan foto yang difilter. Eshiet (2020) menggunakan metode kualitatif dengan tinjauan literatur, wawancara, dan survei. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perempuan muda terpengaruh standar kecantikan filter Instagram dan Snapchat yang tidak realistik. Filter wajah

<sup>34</sup> Henriques Mavis dan Debasis Patnaik, "Social media and its effects on beauty," *InTechOpen, Beauty-Cosmetic Science, Cultural Issues and Creative Developments.*, 2020..

<sup>35</sup> Eshiet, Janella, "Real Me Versus Social Media Me: Filters, Snapchat, Dysmorphia, and Beauty Perceptions Among Young Women," 2020.

membuat perempuan merasa tidak aman dengan penampilannya. Informan menggunakan filter untuk menyembunyikan ketidaksempurnaan diri. 9 dari 18 informan lebih menyukai penampilan mereka dengan filter dibandingkan tanpa filter.

Zachra (2023)<sup>36</sup> dalam skripsinya menganalisis pembentukan konsep diri perempuan pengguna filter instagram. Menurutnya, tren filter wajah menciptakan *hyperrality* tentang kecantikan perempuan, sehingga muncul jarak antara *real-self* dan *ideal-self*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Ada 6 informan yang diwawancara dengan rentang usia 15 sampai 40 tahun. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa remaja berumur 15-19 tahun memiliki *self concept* negatif karena mempunyai kepercayaan diri yang rendah dan cenderung menutup diri. Kondisi tersebut berbeda dengan remaja akhir, umur 19-21 tahun, yang mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, serta dewasa awal, umur 22-40 tahun, yang memiliki *self concept* positif karena mempunyai keterbukaan diri dan kepercayaan diri yang tinggi.

Selanjutnya, penelitian terdahulu tentang TikTok terbagi menjadi dua kategori, yaitu: penelitian TikTok dengan analisis dramaturgi dan penelitian TikTok terkait presentasi diri. Kholimatus Nadia meneliti

---

<sup>36</sup> Audryna Talitha Zachra, “Analisis Self Concept Dalam Komunikasi Interpersonal Pengguna Augmented Reality (Studi Fenomenologi Pada Perempuan Pengguna Filter Wajah Instagram)” (Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2023).

tentang dramaturgi Ganjar Pranowo di akun resmi TikToknya.<sup>37</sup> Hasil penelitiannya menunjukkan terdapat lima persona yang ditampilkan Ganjar dalam konten-kontennya, yakni pemimpin yang milenial, pemimpin yang merakyat, tegas, cinta budaya, dan sayang keluarga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan juga oleh Heni dkk., untuk mengulik panggung depan dan panggung belakang mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman yang menjadi seleb tiktok.<sup>38</sup> Ada lima informan dengan kriteria memiliki sepuluh ribu *followers* lebih dan aktif membuat konten. Hasil penelitian panggung depan, informan menjelaskan beberapa hal yang diperhatikan dalam pembuatan konten, di antaranya pakaian seperti merk dan berapa kali pemakaian; riasan wajah, pembawaan diri atau sikap dan gestur tubuh. Para informan menampilkan sikap positif, ramah, dan ceria. Di panggung belakang, terkait motivasi, proses membuat konten, dan dampak menjadi seleb. Mulanya, informan hanya iseng-iseng membuat konten, tapi kemudian mereka mendapat banyak pengikut, mereka pun semakin giat berkonten. Ketika mempersiapkan konten, tidak hanya hal-hal di panggung depan yang dipersiapkan, juga di antaranya pencahayaan, kualitas video, posisi pengambilan video, dan jenis *handphone*, terakhir ialah mengedit video. Para informan juga mengatakan bahwa mereka

<sup>37</sup> Kholimatus Nadia, “Personal Branding dan Media Sosial: Dramaturgi Ganjar Pranowo di Media Sosial TikTok,” dalam *Bunga Rampai Sosiologi dan Komunikasi* (Yogyakarta: Manggar Media, 2022), 187–207.

<sup>38</sup> Heni Suswanti Dwi Hanggini, M Muslihudin, dan Wulan Tyas Retno, “Representasi Diri dalam Media Sosial TikTok (Studi Panggung Depan dan Panggung Belakang Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman),” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 30757–65.

merasakan dampak positif menjadi seleb tiktok karena finansial lebih baik, berpengaruh, mengenal banyak orang yang status sosialnya lebih tinggi. Namun, ada juga dampak negatif yang dirasakannya, seperti komentar buruk atau *bully*.

Penelitian selanjutnya ditulis oleh Hafifah Aulia, berjudul *Presentasi Diri @rianfarhadhi sebagai Presiden Gen-Z di Media Sosial Tik Tok*.<sup>39</sup> Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitiannya meliputi panggung depan dan panggung belakang. Rian Farhadhi menjelaskan cara dirinya membentuk citra sebagai Presiden Gen-Z, pertama, menentukan *positioning* dan *segmenting*. Ia memposisikan diri sebagai anak muda yang kritis dan suka membahas masalah sosial, politik, keadilan, dan lain-lain. Sedangkan segmennya, ia memilih Generasi Z (1997-2012). Selanjutnya, ia menunjukkan sikap sebagaimana presiden: menjadi penengah ketika menanggapi masalah sosial, tidak berpihak pada satu pihak. Di panggung belakang, peneliti mewawancara dua orang terdekat Rian. Mereka menyebut sikap Rian di Tiktok maupun di belakang layar tidak jauh berbeda. Saat bertemu dan mengobrol, Rian kerap kali membawa isu-isu sosial yang ia bicarakan di konten. Kemudian terkait pembuatan konten, Rian menyebut motivasinya ialah sebab tiktok kini bukan tempat hiburan semata, melainkan dapat menjadi media edukasi dan informasi. Ia juga mengerjakan isi konten sendiri, mulai mencari tema, informasi, pembuatan naskah, dan

<sup>39</sup>Aulia, Hafifah, “Presentasi Diri @rianfarhadhi Sebagai Presiden Gen-Z di Media Sosial TikTok” (Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2023).

pengambilan video. Terkait pakaian dan latar konten, Rian tidak begitu memperhatikannya.

Penelitian serupa juga dilakukan Fany Nur Azizah, berjudul *Representasi Diri “Generasi Z” Melalui Media Sosial Tiktok*, dengan metode penelitian yang sama.<sup>40</sup> Terdapat tiga informan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta. Informan pertama, inisial AA, membuat konten *dance*, dengan presentasi diri yang ceria dan feminin. Presentasi diri itu memang sengaja ia lakukan agar mendapatkan banyak penonton dan popularitas. Pada kenyataannya berbeda, AA mengaku bahwa ia adalah pribadi yang pendiam dan murung. Informan kedua berinisial CR, membuat konten *stitch*. Ia merasa percaya diri berbicara dan berkomentar dalam konten yang ia buat, berbeda dengan di dunia nyata belakang layar. CR mengatakan bahwa ia cenderung gugup saat berbicara atau mengomentari suatu hal di depan banyak orang. Selanjutnya inisial AF sebagai informan ketiga, juga berupaya menampilkan dirinya yang lain di TikTok dengan di dunia nyata. Di TikTok, ia adalah sosok yang periang dan gemar bicara, padahal aslinya, AF cuek.

---

<sup>40</sup> Azizah, Fany Nur, “Representasi Diri ‘Generasi Z’ Melalui Media Sosial TikTok,” vol. 1 (Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL), Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL), 2023), 129–39.

Penelitian selanjutnya ditulis oleh Wardatul Jannah dan Nova Saha Fasadena, tentang fenomena mandi lumpur di *live* TikTok.<sup>41</sup> Diulas menggunakan teori Dramaturgi Erving Goffman, penelitia menemukan pengaturan panggung depan dan panggung belakang. Di panggung depan, terlihat seorang nenek-nenek yang mengguyur badannya dengan lumpur agar mendapatkan *give* dari penonton yang iba. Ada beberapa unsur panggung depan yang dipaparkan, yakni *setting*: aktor yang dipilih adalah nenek-nenek mengenakan baju sederhana untuk membuat citra seseorang yang tidak mampu. Unsur kedua, *personal stage*: nenek-nenek yang berpakaian sederhana melagakkan mandi lumpur di sebuah kolam kecil. Selanjutnya *manner*, yaitu seseorang lanjut usia yang berkenan berendam dalam lumpur selama berjam-jam hingga menggigil dan akan berjeda ketika mendapatkan *give* yang mereka inginkan. Di panggung belakang, peneliti menemukan akun @intan\_komalasari92 sudah mengatur serangkaian tindakan yang dilakukan si nenek, berupaya menciptakan rasa iba agar mendapatkan *give*. Penghasilan dari *live* tersebut nantinya dibagi untuk dirinya dan si nenek.

Penelitian terdahulu selanjutnya mengulas tentang TikTok dan konsep diri serta ekspresi diri penggunanya. Penelitian Sandi Marga

---

<sup>41</sup> Jannah, Wardatul, Nova Saha Fasadena, “Fenomena Mandi Lumpur Live di TikTok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman,” *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 2, no. 2 (2023): 152–64.

Pratama dan Muchlis<sup>42</sup> menemukan pengaruh penggunaan TikTok terhadap ekspresi komunikasi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, mulai ekspresi wajah dan mimik, gestur tubuh, dan kontak mata. Penelitian tersebut berkaitan erat dengan temuan Idza dkk.,<sup>43</sup> hubungan pengguna tiktok dengan pembentukan konsep diri terdapat pada taraf signifikansi ( $0,0000 < 0,05$ ) dari 312 responden. Begitupun penelitian Dian dan Roswita yang menemukan pengaruh tiktok dengan pembentukan konsep diri 4 narasumber.<sup>44</sup> Ada dua pengaruh yang ditimbulkan, yakni pengaruh positif seperti peningkatan kreatifitas membuat dan mengedit konten, ilmu menari, serta memasak, dan lain-lain. Sedangkan pengaruh negatif yang cenderung dirasakan adalah pengaturan waktu yang buruk.

Hasil penelitian serupa oleh Rizki dan Putri<sup>45</sup> menunjukkan informan, seorang remaja yang viral, mampu mendefinisikan penilaian orang lain terhadap dirinya setelah menggunakan tiktok, seperti menerima pujian dengan wajar, menerima kritik dan saran secara terbuka, kemudian memperbaiki kesalahan yang dilakukan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

<sup>42</sup> Pratama, Sandi, Muchlis, “Pengaruh Aplikasi TikTok terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020,” *INCARE, International Journal of Educational Resources* 1, no. 2 (2020): 102–15.

<sup>43</sup> Idza Carolin dkk., “Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022,” *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 3, no. 1 (18 Januari 2023): 35–40, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.509>.

<sup>44</sup> Kusuma, Dian Novita Sari Chandra, Roswita Oktavianti, “Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi TikTok),” *Koneksi* 4, no. 2 (2020): 372–79.

<sup>45</sup> Setiawan, Rizki, dan Putri Ayu Nabila, “Penggunaan Aplikasi TikTok dalam Pembentukan Diri Remaja di Desa Pisangan Jaya, Kabupaten Tangerang,” *PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)* 4, no. 3 (2022): 122–30.

Penelitian terakhir karya Mudrisa dkk., berjudul Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Remaja Pengguna Tiktok, menggunakan metode kuantitatif dengan 118 responden.<sup>46</sup> Hasil penilitian menunjukkan hubungan harga diri atau rasa percaya diri dengan presentasi diri erat kaitannya. Dalam konteks presentasi diri, subjek mengekspresikan diri dengan menciptakan kesan baik atau positif kepada khalayak, sesuai kepribadian dan keinginannya. Ekspresi yang ditampilkan itu, tidak lain adalah subjek yang mempunyai kepercayaan diri tinggi dan positif sehingga dapat menerima dirinya sendiri dan mengevaluasi dengan baik.

Dari sekumpulan penelitian-penelitian terdahulu di atas, ada beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan sebelumnya: a) Kajian filter kebanyakan mengulas tentang dampak buruk terhadap pengguna, khususnya perempuan, sedangkan dalam penelitian ini, dampak tersebut menjadi bagian proses pembentukan persepsi dan motivasi yang terus berulang setiap hari, dan mengindikasikan kemungkinan adanya perubahan di kemudian hari. Selain itu, penelitian ini menjadi kajian pertama tentang penggunaan filter yang dianalisis dengan teori Dramaturgi, Erving Goffman. Hal selanjutnya, b) Persepsi yang akan diteliti kali ini bukan hanya persepsi setelah memakai filter yang mengindikasikan dampak, melainkan juga persepsi perempuan sebelum memakai filter. Ini perlu dilakukan karena sebelum menggunakan filter,

---

<sup>46</sup> Mudrisa Difa Islami, Satria Candra Merida, dan Rospita Novianti, "Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Remaja Pengguna Tiktok," *Journal of Psychology Students* 1, no. 2 (12 Desember 2022): 67–76, <https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16718>.

seseorang pasti memiliki persepsi tertentu tentang kecantikan, yang kemudian menjadi muasal motivasi perilakunya.

Kemudian, perbedaan penelitian ini dengan lainnya ialah hal; c) Penelitian sebelumnya tentang Dramaturgi fokus pada satu *platform* sebagai panggung depan, sedangkan penelitian ini tidak menentukan satu media sosial tempat informan berdramaturgi. Ini dilakukan karena banyaknya jenis media sosial kini membuat para pengguna berpindah-pindah panggung dengan cepat: seorang pengguna filter kerap berswafoto atau berswavideo di satu media sosial, lalu mengunggahnya di berbagai media sosial. Hal; d) Lokasi dan subjek penelitian ini dapat dikatakan baru karena sejauh pencarian penulis, belum ada penelitian serupa yang berlokasi di Madura, dengan subjek perempuan pedesaan dari berbagai jenjang usia dan status. Terakhir; e) Penulis menghubungkan kembali kaitan dramaturgi dengan psikologi sosial, khususnya tentang timbulnya afek dari aktifitas dramaturgi, yang sebelumnya luput lantaran kebanyakan penelitian dramaturgi berfokus pada simbol atau properti panggung depan dan panggung belakang saja.

#### F. Landasan Teori

Teori Dramaturgi diperkenalkan oleh Erving Goffman, Sosiolog Kanada, yang fokus mengamati dan meneliti “diri” ketika berinteraksi tatap-muka. Pemikiran Goffman dikategorikan sebagai bagian teori interaksionisme simbolik, meskipun tidak secara tegas. Gagasananya

tentang diri dipengaruhi Charles Horton Cooley tentang “diri yang melihat ke kaca”, yang terbagi menjadi tiga unsur, yakni: a) Individu membayangkan bagaimana tampak dirinya di mata orang lain, b) Individu membayangkan bagaimana seharusnya orang lain menilai tampilan dirinya (individu), c) Individu mengembangkan perasaan-diri, seperti bangga, malu, sebagai akibat dari dugaannya terhadap penilaian orang lain.<sup>47</sup> Juga, gagasan George Herbert Mead tentang ketegangan diri yang spontan (I) dengan diri yang terhambat sosial (me).<sup>48</sup>

Mengawali teori Dramaturgi, Goffman berpendapat bahwa “diri” bukanlah milik individu, melainkan merupakan hasil dari interaksi sosial-dramatis: sewaktu individu berinteraksi, ia sedang menampilkan skenario definisi tentang dirinya sesuai keinginannya di hadapan audiens (orang lain), serta menyesuaikan diri dengan audiens agar penampilannya diterima.<sup>49</sup> Konsekuensinya, individu-individu saling memengaruhi tindakan satu sama lain ketika berhadapan secara fisik, artinya, setiap tindakan manusia ditentukan oleh situasi sosial yang sedang dihadapi.<sup>50</sup> Dalam suatu situasi sosial, seluruh kegiatan atau perilaku individu disebut penampilan. Tindakan atau penampilan yang dilakukan aktor tersebut bersifat ajek: “Pola tindakan yang sudah ditetapkan sebelumnya.”<sup>51</sup>

---

<sup>47</sup>Ritzer, George, and Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*, Cetakan ke-9 (Bantul: Kreasi Wacana, 2013).

<sup>48</sup>George dan Goodman. Hal. 399

<sup>49</sup>George dan Goodman. Hal. 399

<sup>50</sup>Poloma, Margaret M., *Sosiologi Kontemporer*, Cetakan ke-9 (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013). Hal. 230-231

<sup>51</sup>Margaret M. Hal. 232

Mulyana (2013) menyimpulkan teori Dramaturgi sebagai pandangan yang menerangkan keinginan manusia mengatur kesan dirinya saat berinteraksi dan berharap kesan itu terlihat oleh orang lain dan menjadi bingkai ketika orang lain memandangnya.<sup>52</sup>

Teori Dramaturgi berupaya memberi ulasan tentang hubungan tindakan manusia yang bersifat ekspresif dengan makna yang bersifat behavioral (dinamis, arbitrer, dan merupakan hasil interaksi sosial), serta fokus pada apa yang ingin seseorang lakukan dan bagaimana mereka melakukan.<sup>53</sup> Goffman mengibaratkan kehidupan sehari-hari ibarat teater, tempat pertunjukan setiap individu (aktor) memperagakan versi ideal dirinya ketika berinteraksi dengan orang lain di panggung depan (*front stage*), dan menyembunyikan fakta-fakta lain di panggung belakang (*backstage*).<sup>54</sup>

Panggung depan merupakan tempat individu berupaya menampilkan perilaku yang mencerminkan standar tertentu dengan tujuan untuk mempertahankannya.<sup>55</sup> Jelasnya, ketika berinteraksi, setiap orang ingin menunjukkan suatu gambaran atau citra diri yang diterima oleh orang lain dengan atribut (simbol) seperti pakaian, rumah, cara berjalan dan

---

<sup>52</sup> Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya* (PT Remaja Rosdakarya, 2013). Hal. 107

<sup>53</sup> Deddy. Hal. 106-107

<sup>54</sup> Wang, Jiake, "Dramaturgical Theory in Social Media," *Journal of Education, Humanities and Social Sciences* 6 (2022): 62–66.

<sup>55</sup> Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (New York: Doubleday, 1959).Hal. 107

berbicara, pekerjaan, kendaraan, serta cara menghabiskan waktu luang.<sup>56</sup>

Individu juga mengatur informasi tentang dirinya yang akan diberikan kepada orang lain dan mengendalikan pengaruh dari atribut yang dikenakan.<sup>57</sup> Di panggung depan, Goffman membagi beberapa unsur yang terdapat di sana, yaitu *setting* dan muka personal. *Setting* adalah ruang fisik tempat aktor tampil, contohnya, dokter bedah memerlukan ruang beda, supir taksi memerlukan taksi.<sup>58</sup> Selanjutnya, muka personal merupakan pernak-pernik yang menjadi ciri aktor dan dikenakan dalam setting, contohnya bagi dokter bedah, berupa alat-alat bedah, baju, dan tingkah laku.<sup>59</sup>

Sedangkan *backstage* merupakan panggung belakang, tempat individu menyembunyikan peralatan pertunjukan seperti kostum, barang-barang pribadi, dan karakter yang berbeda dengan kesan yang ditampilkan.<sup>60</sup> Keberadaan panggung belakang merupakan keniscayaan karena ketika seseorang berupaya menampilkan gambaran ideal tentang dirinya, maka terdapat hal-hal atau kondisi kontradiksi dengan gambaran tersebut yang disembunyikan, di antaranya: a) Kesenangan rahasia, seperti minum alkohol dan konsumsi narkoba, b) Kesalahan saat mempersiapkan penampilan, c) Proses produksi, karena yang ditampilkan adalah hasil akhir, d) Kerja kotor dalam proses produksi, seperti kegiatan semi legal,

<sup>56</sup> Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Hal. 112

<sup>57</sup> Deddy. Hal. 112

<sup>58</sup> George dan Goodman, *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Hal. 400

<sup>59</sup> George dan Goodman. Hal. 400

<sup>60</sup> Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*. Hal. 112

jahat, merendahkan martabat, e) Cercaan, hinaan, atau perbuatan serupa lainnya. Dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*, Goffman mengutip Simone de Beauvoir yang menyebut bahwa di depan laki-laki, perempuan bersandiwara mengenai posisi sosialnya, sedangkan di hadapan sesama perempuan, menjadi panggung belakang: Tempat perempuan mempersiapkan kostum, riasan, dan taktiknya.<sup>61</sup>

Dalam fenomena penggunaan filter wajah, teori Dramaturgi cukup relevan sebagai pisau analisis untuk mengulik dan mengulas. Pasalnya, filter wajah mirip dengan topeng yang menutup wajah asli pengguna. Penggunaan filter pun bukan tidak ada sebabnya, terdapat latar belakang, motif, serta konsekuensi setelah menggunakan, sebagaimana telah dipaparkan penelitian sebelumnya. Lebih lanjut, fenomena ini mempunyai komponen-komponen Dramaturgis. Perilaku memakai filter merupakan tindakan yang berpola: pertama, seseorang akan memilih filter yang cocok, kemudian menggunakannya, lalu mengepostnya di media sosial yang sering ia pakai. Dalam konteks ini, media sosial menjadi panggung pertunjukan atau *front region*, sedangkan ruang dan kondisi di belakang layar merupakan *backstage*.

---

<sup>61</sup> Goffman. Hal. 113

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif, dengan pendekatan eksploratif untuk menggambarkan, menemukan ikhtisar berbagai kondisi atau fenomena realitas sosial di masyarakat secara mendalam, melalui pengalaman subjek penelitian; serta untuk mengangkat realitas tersebut ke permukaan agar terlihat ciri, karakter, sifat, tipe, dan simbol atau tandanya.<sup>62</sup> Adapun subjek penelitian yang dimaksud ialah informan atau narasumber. Data yang dikumpulkan oleh penulis berupa teks verbal (ucapan) berupa pemaparan yang diungkapkan informan melalui prosedur wawancara. Selain itu, penulis juga mengumpulkan data nonverbal, seperti gestur dan ekspresi yang diperlihatkan informan. Data-data tersebut diinterpretasi oleh penulis, sebagaimana yang tertuang dalam bab-bab selanjutnya.

### 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan, Madura; sebuah kecamatan yang terletak di ujung timur kabupaten dan berbatasan dengan kabupaten sebelahnya. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pengamatan penulis terhadap laku sehari-hari, serta isu-isu yang berhemus di kalangan perempuan dari berbagai status sosial. Penulis menemukan bahwa isu kecantikan,

<sup>62</sup> Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya.*, Cetakan ke-2 (Kencana Prenada Media Group, 2008).Hal. 68

seperti warna kulit serta kondisi kesehatannya, mendapat perhatian lebih oleh perempuan, dan menimbulkan diskusi—juga diskriminasi—seiring hadirnya satu klinik kecantikan di kecamatan ini. Selain itu, penulis melihat masifnya penggunaan media sosial juga memperluas penyebaran informasi tentang berbagai produk kecantikan, yang kemudian menjadi pembicaraan—perbandingan—antara satu perempuan dengan lainnya. Tren penggunaan produk tersebut pun meningkat tajam; para perempuan di kecamatan Larangan berlomba-lomba untuk menggunakan produk *skincare* maupun kosmetik yang ‘mahal’. Di antara peliknya isu kecantikan itu, penulis melihat masifnya penggunaan filter yang mempercantik di kalangan perempuan, sebagai upaya alternatif untuk mencapai standar kecantikan.

### 3. Subjek Penelitian

Terdapat 20 perempuan yang menjadi subjek penelitian atau

informan, yang dipilih penulis menggunakan metode *snowballing sampling*,<sup>63</sup> sehingga memunculkan keberagaman status dan usia, berikut rinciannya:

---

<sup>63</sup> Burhan. Hal. 77

**Tabel 1. 1 Daftar dan Keterangan Informan**

Daftar Informan		
Kalangan	Jumlah	Rentang usia
Siswi	5 orang	13-18 tahun
Mahasiswi	5 orang	19-24 tahun
Ibu rumah tangga	5 orang	22-40 tahun
Pekerja	5 orang	22-50 tahun

Dalam proses pencarian informan, hal pertama yang dilakukan penulis saat turun lapangan adalah mencari *gatekeeper*, yakni orang pertama yang dapat memberi petunjuk tentang informan yang dapat diwawancarai. *Gatekeeper* yang penulis temui turut menjadi informan. Dalam proses pencarian *gatekeeper*, penulis menghubungi beberapa orang yang telah lama berelasi dengan penulis, seperti teman, kakak kelas, maupun adik kelas semasa sekolah dulu. Selain itu, penulis juga berupaya mencari *gatekeeper* melalui relasi orang terdekat penulis yang bekecimpung dalam organisasi perempuan yang di dalamnya, isu kecantikan menjadi pembahasan masif. Adanya *gatekeeper* amat membantu penulis. Mereka menjadi penghubung penulis dengan informan selanjutnya, baik informan yang berada di satu desa dengannya, maupun informan di desa lain. Proses ini terus berlanjut hingga jumlah informan mencapai 20 orang. Satu informan menunjuk seorang perempuan lain yang dapat menjadi informan bagi penelitian ini.

#### 4. Sumber Data

Ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. *Pertama*, data primer, merujuk hasil wawacara langsung dengan informan penelitian, dan observasi lapangan yang tidak hanya pengamatan langsung ketika penulis bertemu informan, melainkan juga observasi melalui akun-akun pribadi informan. *Kedua*, data sekunder. Penulis mengumpulkan data tersebut melalui tulisan ilmiah seperti skripsi, jurnal, dan buku yang membahas filter wajah, dramaturgi, dan ulasan lain yang berkaitan dengan tema tersebut guna menunjang hasil penelitian ini menjadi lebih komprehensif dan analitik.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa cara yang dilakukan penulis untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Cara-cara tersebut nantinya menghasilkan data yang berbeda, tetapi saling berkelindan, sebagai berikut:

a. Observasi

Dalam tahap ini, penulis mengamati langsung ketika berinteraksi dengan subjek penelitian, juga melalui unggahannya di media sosial. Ada dua jenis hasil observasi, *pertama*, observasi unggahan swafoto dan swavideo informan; *kedua*, observasi tatap muka sebelum dan saat wawancara berlangsung. Dalam observasi

pertama, penulis menemukan bahwa latar tempat berswafoto dan berswavideo para informan tergantung dengan statusnya. Para siswi lebih sering berswafoto di sekolah, di rumah, dan di kafe. Begitupun kalangan mahasiswi, mereka kerap membuat konten foto dan video di kelas, atau di wilayah sekitar kampus, serta di kafe atau tempat makan. Sedangkan informan pekerja sering kali berswafoto dan berswavideo di tempat kerja atau di rumah; lokasi terakhir menjadi tempat yang dipakai kalangan ibu rumah tangga. Kemudian, tentang jenis filter yang digunakan, tidak ada kalangan yang menggunakan jenis filter Instagram tertentu secara universal, sehingga menjadi satu corak suara kalangan. Berbeda dengan pengguna filter TikTok, khususnya kalangan IRT, ada satu jenis filter yang sering digunakan oleh mereka bernama Belle.

Kemudian, dalam observasi kedua, penulis menemukan ekspresi malu-malu sebelum wawancara dimulai. Beberapa ada yang mengungkapkan secara lugas perasaannya tersebut, sebagian menyembunyikannya dalam gerak-gerik gugup. Setelah wawancara selesai, beberapa informan mensimulasikan proses ketika mereka berswafoto maupun berswavideo menggunakan filter, berikut catatan lapangan penulis:

**Tabel 1. 2 Catatan Lapangan Simulasi Informan Menggunakan Filter**

No.	Informan	Waktu Observasi	Catatan Lapangan
1.	APA	16 Februari 2024/15:34 WIB	Ia mempraktekkan ketika berswavideo menggunakan filter di TikTok. Ada beberapa tahapan aktifitas yang dilakukannya, <i>pertama</i> , ia mencari sound yang disukai atau yang sedang tren. <i>Kedua</i> , ia mulai mencari filter untuk digunakan. Tahap tersebut merupakan tahap yang cukup panjang karena informan mempertimbangkan kecocokan filter dengan wajahnya, sembari mencoba filter-filter yang lain. <i>Ketiga</i> , informan lalu menentukan durasi video menyesuaikan dengan panjang lagu yang dipilih. Terakhir, ia memutuskan untuk menonaktifkan fitur ‘mempercantik’, yang tersedia di Tiktok miliknya diaktifkan, namun sudah diatur mandiri oleh tiktok.
2.	HI	23 Juli 2024/10.49 WIB	Narasumber mensimulasikan saat ia berswavideo menggunakan filter, berikut catatan pengamatan penulis: <i>pertama</i> , narasumber men-scroll video di <i>timeline</i> terlebih dahulu, untuk mencari lagu yang menarik. Kemudian, informan dengan reflek meraba jilbabnya, lalu membetulkan posisi jilbab dan kerapiannya ketika menemukan lagu. <i>Ketiga</i> , ekspresi wajahnya seketika berubah, ia memasang mimik ceria dan manis dengan sunggingan senyum. <i>Keempat</i> , TikTok otomatis

			memasang filter pada video yang informan ambil, tetapi informan tidak merasa cocok kemudian ia mencari filter lain untuk digunakan. Ia kemudian merekam bagian wajahnya saja, bernyanyi mengikuti lagu. Terakhir, setelah ia berswavideo, ia meneliti hasil videonya: menilai ekspresi, kecocokan filter pada wajahnya, serta kerapian kerudung, dan keindahan latar tempat.
3.	HH	23 Juli 2024/11.42 WIB	Mula-mula, ia mencari lagu yang ia senangi, kemudian memilih filter yang hendak digunakan. Ia merapikan terlebih dahulu jilbab serta pakaian yang dikenakan, kemudian mengklik tombol rekam di kamera TikTok. Ekspresinya pun berubah, ia tidak berhenti tersenyum menghadap kamera, sambil menyanyikan lagu tanpa suara. Setelah selesai merekam, informan menilik hasil swavideonya, lalu menyimpannya di draft. HH menyimpan terlebih dahulu konten-kontennya, sebelum diunggah beberapa hari kemudian.
4.	ZR	26 Juli 2024/11.16 WIB	ZR mempraktekkan ketika ia merekam swavideo dirinya. <i>Pertama</i> , ia mencari lagu. <i>Kedua</i> , ia mencoba-coba menggunakan filter yang sedang tren. Ia juga menyesuaikan efek filter dengan lagu yang ia pilih. <i>Ketiga</i> , ia merapikan jilbab, serta melihat pas dan tidaknya filter dengan cahaya di tempat ia duduk. <i>Keempat</i> , setelah ia merasa lagu dan filter yang

			dipilihnya cocok, ZR pun segera merekam wajahnya yang berekspresi semringah, sambil memiringkan kepala, dan menggerakkan ponselnya ke berbagai arah. Setelah merekam swavideo, ia hanya menilai hasilnya sebentar, kemudian seketika menunggahnya di akun pribadi TikToknya. ZR mengaku bahwa dirinya tidak begitu lama ketika hendak memilih swavideo yang akan diunggah.
5.	M	26 Juli 2024/16.20 WIB	Mula-mula, M merapikan rambutnya. Kemudian, ia tidak begitu lama mencari lagu karena M telah menyimpan menyimpan beberapa lagu di fitur favorit yang disediakan TikTok. Selanjutnya, ia menggunakan filter yang sudah sering ia gunakan sebelumnya. Saat menghadap kamera, M sedikit menggeleng-gelengkan kepala, sambil mengikuti irungan lagu. Tidak lupa, ekspresi yang ditampilkan adalah wajah tersenyum senang. Setelah itu, ia melihat hasil swavideonya, lalu menyimpannya terlebih dahulu sebagai draft.

#### b. Wawancara

Proses wawancara dilakukan setelah penulis menghubungi informan, dan membuat janji temu pada waktu yang ditentukan informan. Seluruh wawancara dengan 20 informan dilakukan secara tatap muka langsung. Penulis mendatangi satu persatu rumah informan, baik sendirian, terkadang diantar oleh seorang

*gatekeeper*. Penulis telah mempersiapkan pertanyaan terstruktur sebagai panduan agar percakapan tidak meluas ke luar konteks. Akan tetapi, panduan wawancara tersebut tidak serta merta membatasi percakapan, karena wawancara yang dilakukan bersifat semi-terstruktur.

Pencarian informan dimulai dua bulan sebelum wawancara dilakukan. Penulis mencari informan melalui relasi terdekat untuk menemukan *gatekeeper*, kemudian *gatekeeper* tersebut menjadi penuntun penulis untuk menemukan informan selanjutnya. Wawancara kemudian dilakukan selama satu bulan lebih, mulai Juli sampai Agustus. Rata-rata durasi wawancara hanya lima belas sampai tiga puluh menit. Wawancara paling singkat terjadi dengan kalangan informan siswi, sedangkan wawancara yang panjang dan mendalam terjadi dengan kalangan informan mahasiswi dan IRT. Penjelasan mahasiswi dan IRT lebih kompleks dan menunjukkan fenomena isu kecantikan berkaitan erat dengan filter wajah. Oleh karena itu, kebanyakan kutipan wawancara yang dipilih penulis berasal dari keterangan mahasiswi dan IRT, beberapa dari kalangan pekerja.

### c. Dokumentasi

Selain observasi dan wawancara, peneliti juga mengumpulkan dan menyimpan informasi berupa dokumentasi visual yang relevan dengan penelitian, seperti jenis filter serta efek yang termuat di

dalamnya. Penulis mencoba beberapa filter yang digunakan informan untuk melihat bagaimana perubahan yang terjadi pada wajah setelah dipoles filter. Dokumentasi ini dilakukan agar pembaca mendapat gambaran tentang modifikasi filter terhadap wajah. Penulis juga sengaja tidak menggunakan foto informan demi keamanan privasi. Berikut hasil dokumentasi penulis berupa foto menggunakan beberapa filter yang disebutkan oleh para informan dari kalangan siswi, mahasiswi, pekerja, dan IRT:

**Tabel 1. 3 Observasi Efek Filter**

NO	Nama Filter	Hasil Foto	Efek
1.	Natural (IG)		Filter ini memuat efek memuluskan, sedikit mencerahkan, serta perona pipi dan lipstik.

			<p>Filter ini memuat efek warna kekuning-kuningan, serta kecoklat-coklatan. Efek ini tidak begitu memuluskan wajah, tapi sedikit menyamarkan bintik-bintik di wajah.</p>
2.	Retro (IG)		<p>Beberapa efek yang termuat dalam filter ini meliputi: memutihkan atau mencerahkan, memuluskan, perona pipi dan bibir.</p>



## 6. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, melalui data-data yang telah terkumpul, penulis berupaya memaparkan dua hal, yakni: *pertama*, proses berlangsungnya fenomena penggunaan filter di kalangan perempuan gambaran; *kedua*, penulis menganalisa makna di balik informasi, data, dan proses suatu fenomena sosial, dengan menyingkapkan peristiwa emik dan kebermaknaan fenomena sosial itu menurut pandangan objek-subjek sosial yang diteliti, sehingga gambaran emik suatu peristiwa sosial dari fenomena sosial, terungkap.<sup>64</sup> Penulis menggunakan model Miles dan Huberman untuk menganalisis data, yang terdiri dari tiga tahap sebagai berikut:

<sup>64</sup> Burhan. Hal. 153

### a. Reduksi Data

Pada tahap pertama, penulis memilih dan memilah data hasil wawancara, menyederhanakan, mentransformasikan, dan mengabstraksikan data mentah ke dalam bentuk catatan, seperti membuat rangkuman, serta membuat kategori-kategori.<sup>65</sup> Mereduksi data berarti merangkum, lalu memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dengan membuat kategorisasi berdasarkan huruf besar, kecil, dan angka, serta berupaya menemukan pola. Secara garis besar, penulis membuat tiga kategori data, yakni data motivasi para informan berswafoto dan berswavideo menggunakan filter; proses ketika informan menggunakan filter; dan persepsi cantik menurut para informan. Dari tiga kategori tersebut, penulis membaginya ke dalam kategori selanjutnya, yakni data panggung depan dan panggung belakang. Data mengenai motivasi, serta proses pengambilan swafoto dan swavideo, dan persepsi cantik menurut perempuan sebelum menggunakan filter masuk dalam kategori data panggung belakang. Selanjutnya, data tentang unggahan swafoto dan swavideo berfilter, serta persepsi diri perempuan setelah menggunakan filter masuk dalam kategori panggung depan.

### b. Penyajian Data

---

<sup>65</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Cetakan ke-3 (Rajawali Press, 2012). Hal. 129

Data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk teks naratif dan bagan untuk memudahkan pembaca.<sup>66</sup> Terdapat tiga bentuk penyajian data berdasarkan hasil wawancara, yakni kutipan langsung, tabel-tabel berisi kutipan yang relevan, serta beberapa grafik.

#### c. Penarikan Kesimpulan

Pada bagian akhir, peneliti membuat kesimpulan setelah proses penulisan dan kontemplasi tentang data-data yang didapatkan selama berminggu-minggu, dengan mendeskripsikan secara singkat latar belakang, rumusan masalah, metode, serta hasil penelitian.

## H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, yakni Pendahuluan, Setting Penelitian, Penyajian Data Penelitian, Analisis Data Penelitian, dan Penutup. Dalam setiap bab, penulis akan menulis ulasan-ulasan berbeda, sebagaimana penjelasan berikut.

**BAB I PENDAHULUAN.** Dalam bab tersebut berisi penjabaran latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

**BAB II SETTING PENELITIAN.** Pada bab ini berisi pemaparan tentang wilayah penelitian, yakni kondisi geografis, kondisi sosial, wacana

---

<sup>66</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cetakan Kelima (Alfabeta, 2009). Hal. 95

kecantikan di Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan, serta profil informan.

**BAB III PENYAJIAN DATA.** Bab tersebut berisi temuan-temuan penelitian tentang motivasi perempuan menggunakan filter untuk berswafoto dan berswavideo di Instagram dan TikTok; proses perempuan menggunakan filter; serta persepsi cantik menurut para perempuan sebelum dan sesudah menggunakan filter.

**BAB IV ANALISIS DATA PENELITIAN.** Dalam bab itu, peneliti menganalisis data hasil observasi dan wawancara dengan teori Dramaturgi, meliputi panggung depan dan panggung belakang.

**BAB V PENUTUP.** Terakhir, bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran berisi kekurangan, serta masukan untuk penelitian berikutnya. Kemudian, di lembar selanjutnya, penulis melampirkan daftar pustaka, panduan wawancara, dan dokumentasi foto observasi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan filter di media sosial Instagram dan TikTok menimbulkan dampak yang signifikan terhadap persepsi kecantikan dan penghargaan diri perempuan. Hal itu terlihat dari motivasi para perempuan yang menggunakan filter adalah untuk meningkatkan kepercayaan diri dan menyesuaikan penampilan diri dengan standar kecantikan yang berlaku di masyarakat digital, juga masyarakat sosial di dunia nyata. Demikian, persepsi kecantikan sebelum dan setelah menggunakan filter mengalami perubahan, di mana banyak informan merasa lebih percaya diri dengan tampilan wajah berfilter, alih-alih wajah alamiah mereka. Fenomena tersebut mencerminkan peran filter dalam membentuk citra ideal dan konsep diri yang ingin ditampilkan di media sosial oleh perempuan.

Filter tidak sekadar tren atau hiburan semata, tetapi merepresentasikan dinamika sosial yang luas. Dalam konteks teori Dramaturgi, Erving Goffman, fitur status di media sosial menjadi panggung depan, tempat para perempuan menampilkan wajah idealnya, wajah berfilter. Sementara itu, di panggung belakang mereka berhati-hati melakukan persiapan secara detail, seperti memilih tempat yang cerah serta mempertimbangkan efek filter. Di panggung belakang juga, mereka

menyembunyikan persepsi dan perasaan mereka berubah-ubah ketika sebelum serta setelah menggunakan filter.

Terakhir, hasil penelitian ini memperlihatkan kaitan motivasi, persepsi, dan dramaturgi. Motivasi penggunaan filter yang diungkapkan para informan menunjukkan adanya dorongan psikologis dan sosial dalam diri individu untuk menampilkan wajahnya yang telah dipercantik di ruang digital. Motivasi tersebut berhubungan erat dengan persepsi para perempuan terhadap kecantikan yang dipengaruhi oleh standar sosial. Keduanya pun membentuk keinginan mengelola kesan dan ekspresi diri yang kemudian membentuk suatu dramaturgi khas para pengguna filter.

## B. SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan ini, penulis berharap para perempuan pengguna filter dapat sekali-sekali melepas ketergantungannya terhadap efek-efek yang memuaskan mata dan rasa. Selanjutnya, untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengeksplorasi dampak jangka panjang penggunaan filter terhadap pembentukan konsep diri serta kesehatan mental. Selain itu, dari fenomena penggunaan filter juga dapat dilakukan kajian tentang perkembangan kecantikan di era digital, kaitannya dengan konstruksi sosial, dan terakhir yakni dengan kapitalisme.

## DAFTAR PUSTAKA

- “Digital 2024, Global Overview Report, The Essential Guide to The World’s Connected Behaviours.” We Are Social, t.t. Diakses 19 Januari 2025.
- “Kabupaten Pamekasan dalam Angka 2023.” BPS Kabupaten Pamekasan, t.t. Diakses 31 Mei 2024.
- “Kecamatan Larangan dalam Angka 2023.” BPS Kabupaten Pamekasan, t.t. Diakses 29 Mei 2024.
- “Pedoman Penyelenggaraan Madrasah Diniyah Takmiliyah.” Kementerian Agama RI, 2022.
- “Satu Data Kabupaten Pamekasan.” Diakses 31 Mei 2024.  
<https://satudata.pamekasankab.go.id/>.
- “The Curate Escape.” YMCA, 2019.
- Abidin, Zainal. *Analisis Eksistensial, Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi dan Psikiatri*. 1 ed. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.
- Amelia, Luky, dan Saiful Amin. “Analisis Self-Presenting Dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman Pada Tampilan Instagram Mahasiswa.” *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial* 1, no. 2 (2022): 173–87.
- Aulia, Nurul, Wahyu Gunawan, dan Desi Yunita. “Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram @Roro\_Yustina).” *Jurnal Sosiologi Nusantara* 10, no. 1 (2024): 65–81.
- Boseley, Matilda. “Is That Really Me? The Ugly Truth About Beauty Filters.” [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com) (blog), 2022.
- Burhan, Bungin. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Cetakan ke-2. Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Deddy, Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Dhir, Amandeep, Ståle Pallesen, Torbjørn Torsheim, dan Cecilie Schou Andreassen. “Do Age and Gender Differences Exist in Selfie-Related Behaviours?” *Computers in Human Behavior* 63 (Oktober 2016): 549–55. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.053>.
- Dwi Hanggini, Heni Suswanti, M Muslihudin, dan Wulan Tyas Retno. “Representasi Diri dalam Media Sosial TikTok (Studi Panggung Depan dan Panggung Belakang Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman).” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 30757–65.
- Elbadiansyah, Umiarso. *Interaksionisme Simbolik dari Era Klasik hingga Modern*. Cetakan ke-I. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Cetakan ke-3. Rajawali Press, 2012.
- Fakih, Mansour. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Cetakan Kelima

- Belas. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2013.
- Fany Nur, Azizah. "Representasi Diri 'Generasi Z' Melalui Media Sosial Tiktok," 1:129–39. Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL), 2023.
- Fatika, Raisya Aliya. "10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?" *data.goodstats.id* (blog), t.t. Diakses 19 Januari 2025.
- Febrio Pratama Panjaitan, Ari. "Pengaturan kesan dalam menggunakan second account media sosial Instagram: Studi deskriptif pada mahasiswi sosiologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2017." UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022.
- Firdaus Husna, Ghozian. "Fenomena Dramaturgi di Media Sosial Mahasiswa Sosiologi Fisip Unsoed (Studi Kasus Pengguna Second account Media Sosial Instagram)." Universitas Jendral Soedirman, 2022.
- Fribourg, Rebecca, Etienne Peillard, dan Rachel McDonnell. "Mirror, Mirror on My Phone: Investigating Dimensions of Self-Face Perception Induced by Augmented Reality Filters." Dalam *2021 IEEE International Symposium on Mixed and Augmented Reality (ISMAR)*, 470–78. Bari, Italy: IEEE, 2021. <https://doi.org/10.1109/ISMAR52148.2021.00064>.
- George, Ritzer, dan Douglas J. Goodman. *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Cetakan ke-9. Bantul: Kreasi Wacana, 2013.
- Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday, 1959.
- Hafifah, Aulia. "Presentasi Diri @rianfarhadhi Sebagai Presiden Gen-Z di Media Sosial TikTok." Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2023.
- Hardiman, F. Budi. *Aku Klik maka Aku Ada: Manusia dalam Revolusi Digital*. Yogyakarta: PT KANISIUS, 2021.
- Hasibuan, Husnul Fitri. "Suka Pakai Beauty Filter, Bisa Berbahaya untuk Kesehatan Mental?" Kumparan.com, 2022.
- HB Raditya, Michael. "Selfie dan Media Sosial pada Seni sebagai Wujud Eksistensi." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 18 (Juli 2014): 26–38.
- Idza, Carolin, Grace Deborah Victoria, Sarah Dina, dan Muhamad Nastain. "Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022." *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)* 3, no. 1 (2023): 35–40.
- Iqbal, Muhammad Falih, Pambudi Handoyo, dan Sugeng Harianto. "Nongkrong dalam perspektif Dramaturgi Erving Goffman." *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi* 13, no. 1 (1 Maret 2024): 1–12. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v13i1.65282>.
- Isakowitsch, Clara. "How Augmented Reality Beauty Filters Can Affect Self-Perception." Switzerland: Springer Nature, 2022.
- Islami, Mudrisa Difa, Satria Candra Merida, dan Rospita Novianti. "Harga

- Diri Dengan Presentasi Diri Pada Remaja Pengguna Tiktok.” *Journal of Psychology Students* 1, no. 2 (12 Desember 2022): 67–76. <https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16718>.
- islami.co. “Kolom Samman di Madura, dari Tarekat menjadi Budaya Daerah,” t.t. Diakses 10 Juni 2024.
- Janella, Eshiet. “Real Me Versus Social Media Me: Filters, Snapchat, Dysmorphia, and Beauty Perceptions Among Young Women,” 2020.
- Jannah, Wardatul, dan Nova Saha Fasadena. “Fenomena Mandi Lumpur Live di Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman.” *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 2, no. 2 (2023): 152–64.
- Javornik, Ana, Ben Marder, Jennifer Brannon Barhorst, Graeme McLean, Yvonne Rogers, Paul Marshall, dan Luk Warlop. “‘What Lies behind the Filter?’ Uncovering the Motivations for Using Augmented Reality (AR) Face Filters on Social Media and Their Effect on Well-Being.” *Computers in Human Behavior* 128 (2022): 107126. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107126>.
- Jiake, Wang. “Dramaturgical Theory in Social Media.” *Journal of Education, Humanities and Social Sciences* 6 (2022): 62–66.
- Jin, Yantong, Yaqin Tian, dan Hongjie Wu. “The Presentation of Self on Online Social Network Platforms from the Perspective of Dramaturgical Theory: Taking WeChat Moments and Anonymous Question Platform ‘Tape’ as Examples,” 2022. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220105.204>.
- kemenagpamekasan.com/albums/detail/data-pontren.  
“kemenagpamekasan.com.” Diakses 3 Juni 2024. <https://kemenagpamekasan.com/albums/detail/data-pontren>.
- Khuzaimah, Khuzaimah, dan Sugeng Harianto. “Instagram Sebagai Media Berdramaturgi dalam Membentuk Self-Image Virtual (Studi pada Remaja Pengguna Instagram di Kecamatan Sedan).” *Jurnal Pendidikan Sosiologi Undiksha* 5, no. 2 (2023): 139–46.
- Kuen, Mitha Mayestika, dan Fyan Andinasari Kuen. “Eksistensi Braggadocian Behavior Pada Media Sosial TikTok (Studi Fenomenologi Pada Remaja Di Kota Makassar).” *Jurnal Ilmiah Pranata Edu* 2, no. 2 (2020): 47–55.
- Kulsum, Umi, Imam Bukhori, dan Nining Winarsih. “Analisis Self Presenting Remaja di Media Sosial.” *Moderasi: Jurnal Studi Ilmu Pengetahuan Sosial* 5, no. 1 (2024): 20–34.
- Kusuma, Dian Novita Sari Chandra, dan Roswita Oktavianti. “Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi TikTok).” *Jurnal Koneksi* 4, no. 2 (2020): 372–79.
- Latschan, Thomas. “Beauty Filters Face Legislation to Protect Mental Health.” Dw.com, 2023.
- Lavrence, Christine, dan Carolina Cambre. “‘Do I Look Like My Selfie?’: Filters and the Digital-Forensic Gaze.” *Social Media+Society*, 2020.

<https://doi.org/2056305120955182>.

- Liana, Desty Dwi, Agung Fauzi, dan Denny Soetrisnaadisendjaja. “Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Dan Panggung Sandirwara Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).” *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 6, no. 1 (2023): 234–40.
- Ma, Joanne. “Are Face Filter on Instagram, Snapchat and TikTok Leading to a Distorted Sense of Beauty in Society?,” t.t. <https://www.scmp.com/yp/discover/lifestyle/features/article/3072283/are-face-filters-instagram-snapchat-and-tiktok>.
- Margaret M., Poloma. *Sosiologi Kontemporer*. Cetakan ke-9. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013.
- Marr, Bernard. “Picture Perfect: The Hidden Consequences of AI Beauty Filters.” *Forbes.com*, 2023.
- Mavis, Henriques, dan Debasis Patnaik. “Social media and its effects on beauty.” *InTechOpen*, Beauty-Cosmetic Science, Cultural Issues and Creative Developments., 2020.
- Mediaindonesia.com. “Mengenal Macam-Macam Ras yang Ada di Indonesia,” t.t. Diakses 19 Juni 2024.
- Merunková, Lucie, dan Josef Šlerka. “Goffman’s Theory as a Framework for Analysis of Self Presentation on Online Social Networks.” *Masaryk University Journal of Law and Technology* 13, no. 2 (30 September 2019): 243–76. <https://doi.org/10.5817/MUJLT2019-2-5>.
- Mewengkang, Rafaela Geralda, Hapsari Dwiningtyas Sulistyani, dan Lintang Ratri Rahmiaji. “Memahami Pengalaman Perempuan dalam Penggunaan Augmented Reality Beauty Filter pada Platform Instagram.” *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 988–1004.
- Nabilla, Diva Ummul, Rosita Setyaningrum, dan Isti Kharimah. “Studi Kualitatif: Analisis Fenomena Lepas Pasang Hijab pada Mahasiswa Universitas Jember Melalui Pendekatan Teori Dramaturgi.” *Esensi Pendidikan Inspiratif* 6, no. 2 (t.t.): 2024.
- Nadia, Kholidatus. “Personal Branding dan Media Sosial: Dramaturgi Ganjar Pranowo di Media Sosial Tiktok.” Dalam *Bunga Rampai Sosiologi dan Komunikasi*, 187–207. Yogyakarta: Manggar Media, 2022.
- nu.or.id. “Pentingnya Madrasah Diniyah Takmiliyah (MDT),” t.t. Diakses 6 Maret 2024.
- Nurmala, Nisa, dan Rizki Setiawan. “Fenomena Dramaturgi dan Konstruksi Citra Diri Pengguna Second Account Instagram Pada Kalangan Mahasiswa FKIP Untirta.” *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 6, no. 1 (2023): 345–56.
- Putri, Salsabillah Malicha, dan Deny Wahyu Apriadi. “Dramaturgi dalam Motif Sharing di Instagram pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang.” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 5, no. 1 (2023): 31–42.
- Rizki, Setiawan, dan Putri Ayu Nabila. “Penggunaan Aplikasi Tiktok dalam

- Pembentukan Diri Remaja di Desa Pisangan Jaya, Kabupaten Tangerang.” *PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)* 4, no. 3 (2022): 122–30.
- Ruggeri, Amanda. “Beauty Filters Like TikTok’s New Bold Glamour Can Transform People’s Appearance, and The Technology is Now Strikingly Seamless. What Can Research Tell Us About the Psychological.” BBC.com, t.t.
- Sandi, Pratama, dan Muchlis Muchlis. “Pengaruh Aplikasi Tiktok terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020.” *INCARE, International Journal of Educational Resources* 1, no. 2 (2020): 102–15.
- Sari, Lisa Novita, dan Nora Susilawati. “Motif Penggunaan Filter Instagram di Kalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang.” *Jurnal Perspektif* 5.2 (2022): 217–27.
- Sari, Mila, Chandra Dyah Ayuningtyas, Sarah Cristin, dan Irmawan Rahyadi. “Beauty of Women From Ideal Appearance And Understanding Of Beauty Standards: A Literature Review.” *INFOKUM* 10, no. 5 (2022): 686–99.
- sinergimadura.com. “Mengenal ‘Kamratan’ di Madura, Sarana Pengingat dan Pengikat Antar Sesama,” t.t. Diakses 10 Juni 2024.
- Smith, Seren. “Ada Orang Terobsesi Punya Wajah Seperti Filter Instagram, Inilah Perkiraan Biayanya.” Vice.com, 2021.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Cetakan Kelima. Alfabeta, 2009.
- Tanwar, Chitra, dan Rai Shikha. “Social Media As Platforms Of Dramaturgy: Text And Display Pictures As Tools Of Impression.” *IIS Univ* 11, no. 1 (2022): 288–302.
- Tolentino, Jia. “The Instagram Face. How Social Media, FaceTune, and Plastic Surgery Created a Single, Cyborgian Look.” *The New Yorker*, t.t.
- Trisilowati, Dessy. “Eksistensi dan Identitas di Media Baru.” *Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2017): 87–94.
- Ulva, Aulia. “5 Negara Pengguna Media Sosial Terbanyak, Indonesia Termasuk.” *Tempo.co* (blog), t.t. Diakses 19 Januari 2025.
- Youn, Anthony. “What is the Ideal Instagram Filter?” *Oxford University Press* 1 (2019).
- Zachra, Audryna Talitha. “Analisis Self Concept Dalam Komunikasi Interpersonal Pengguna Augmented Reality (Studi Fenomenologi Pada Perempuan Pengguna Filter Wajah Instagram).” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2023.