

# Fenomena Penggunaan Filter Di Media Sosial Pada Remaja Pengikut Akun Instagram Emina Cosmetic Surabaya

Oleh:

Dewi Lita Rohani

Poppy Febriana

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2023

# Pendahuluan

Pada era globalisasi, teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut membuat aktivitas komunikasi dapat dengan mudah dilakukan. Selain itu, informasi juga lebih mudah dijangkau. Teknologi komunikasi membuat satu individu dengan individu lain saling terhubung dengan adanya media yang dibantu dengan jaringan internet.



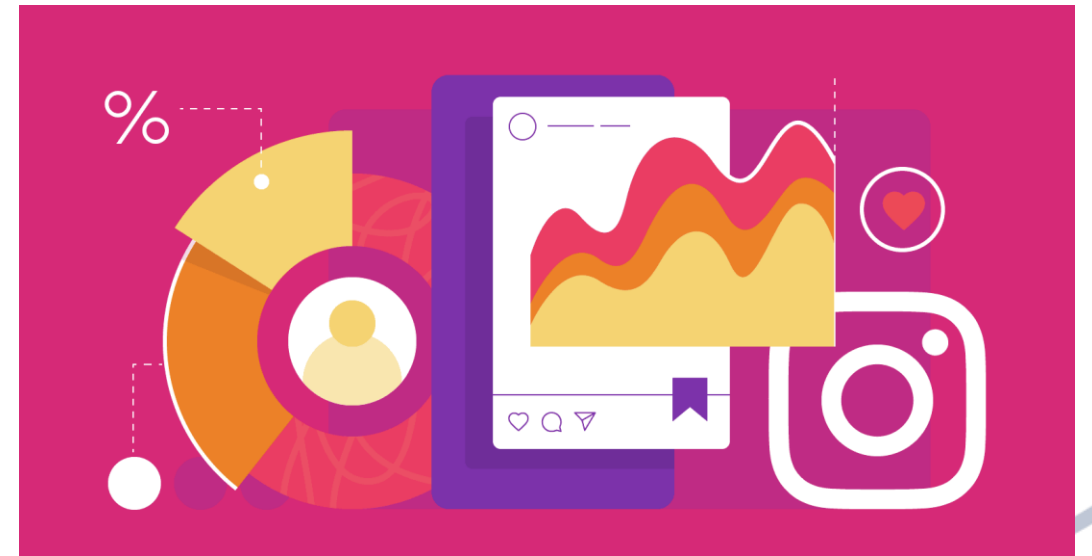
# Pendahuluan

Kemajuan teknologi komunikasi sangat terasa sejak terciptanya media baru/new media. Memang sangat membantu dan memberikan warna baru di era perkembangan komunikasi. Media sosial merupakan media online pada era new media yang membuat para pengguna nya terhubung, mudah berpartisipasi, dan bertukar informasi sehingga membangun dunia virtual (Watie 2016).



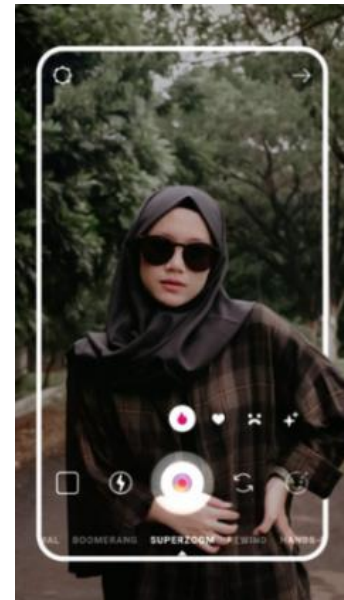
# Pendahuluan

Salah satu media sosial yang umum digunakan untuk berkomunikasi adalah Instagram. Sejak kehadirannya, Instagram cukup menarik perhatian. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang memiliki fungsi untuk membagikan pesan berupa foto, membagikan video atau story, dan menggunakan filter digital yang kemudian dibagikan melalui layanan jejaring sosial.



# Pendahuluan

Instagram juga memiliki fitur yang unik, yaitu fitur Instagram story atau disebut Instastory. Di fitur tersebut pengguna dapat membagikan pesan dan juga moment yang berupa video maupun foto. Instastory yang dibagikan dapat memberikan suatu hal yang informatif atau hal-hal lain yang bersifat personal.



# Pendahuluan

Kelebihan lain dari Instastory adalah memiliki berbagai macam filter. Mulai dari filter lucu dan filter yang dapat mempercantik pengguna, terutama pengguna perempuan. Dengan adanya hal tersebut maka tak wajar jika banyak remaja yang menggunakan filter di Instastory dengan maksud untuk mempercantik, mengekspresikan dan menampilkan sisi yang terbaik dari dirinya. Karena instagram merupakan media yang merepresentasikan diri serta menampilkan eksistensi dan membentuk citra seseorang.



# Rumusan Masalah

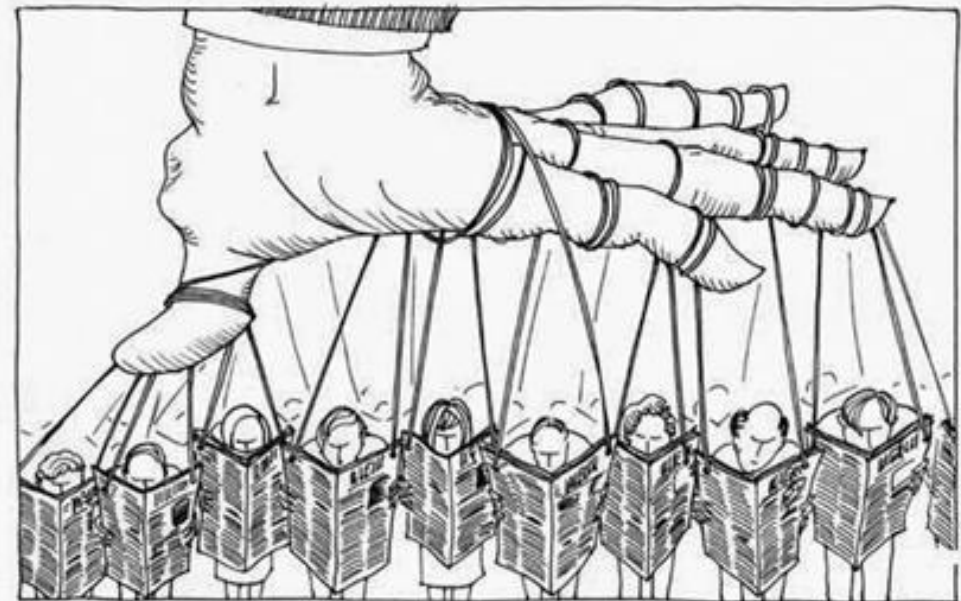
Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui penggunaan filter di media sosial Instagram pada pengikut akun Instagram Emina Cosmetic Surabaya



# Teori

Teori Ketergantungan menjelaskan bahwa motif adalah salah satu faktor yang bisa mendorong seseorang untuk menggunakan suatu media dan selanjutnya dapat menyebabkan ketergantungan lainnya pada media tersebut.





# Teori

Uses-and-gratifications (U & G) merupakan salah satu teori yang banyak digunakan dalam penelitian tentang penggunaan media. Teori ini memberikan perhatian pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Teori yang awalnya dikembangkan Katz dan Gurevic memiliki banyak perkembangan khususnya pada konsep gratifikasinya.



# Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi (kuisisioner) dan wawancara

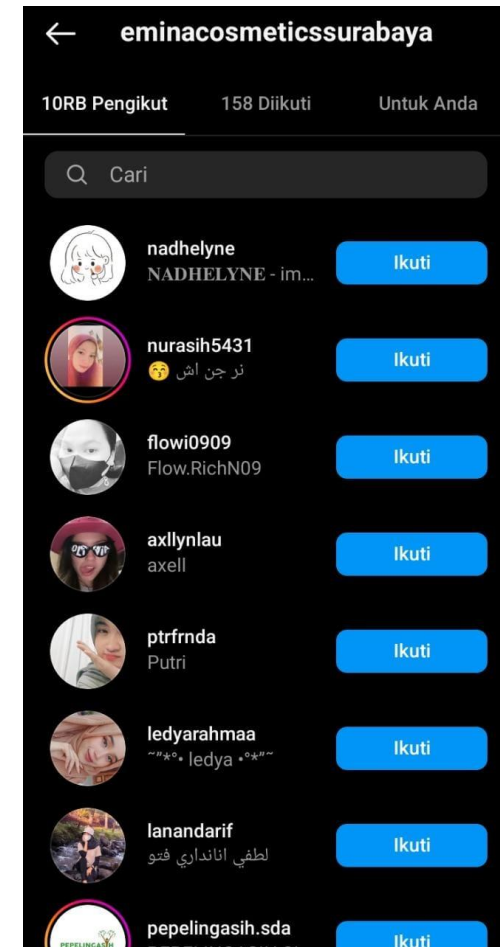
Analisis data pada penelitian ini ada tiga tahapan, paparan data (paparan data), dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (penarikan kesimpulan dan verifikasi). Ini adalah model komponen analisis data (Hibatullah, 2021).



# Metode

Subjek dalam penelitian dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut ini :

- a. Kaum remaja pengguna media sosial Instagram yang mengikuti akun Instagram Emina Cosmetics Surabaya.
- b. Followers akun Instagram Emina Cosmetics Surabaya yang aktif dalam layanan Instagram Stories.
- c. Followers akun Instagram Emina Cosmetics Surabaya yang menghabiskan minimal 2 sampai 4 jam per hari menggunakan media sosial Instagram.



# Pembahasan

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Penggunaan Filter Instagram Story/Hari	Alasan penggunaan Filter Instagram	Akun Instagram
1	Nisa	22	P	3	Cuantik Poll	niissa._
2	Raja	20	L	1	Tidak perlu edit video	rajahaidar._
3	Dinda	21	P	2	Lebih PD	dindaherlina
4	Karlina	20	P	2	Percaya Diri	karlinaraudhotul
5	Citra	19	P	1	Jadi Percaya Diri	citraaaaans
6	Didi	20	P	2	Lebih PD share story	diiwanda_
7	Ninda	20	P	4	Agar lebih cantik	menindazulfameo
8	Savitri	20	P	2	terlihat lebih fresh	savitriyup_
9	Faisa	19	P	1	Menutup ketidaksempurnaan	faisasari
10	Nita	25	P	3	Percaya diri dan cantik	nithanyaa

Kebutuhan para pengguna Instagram dalam mengakses dan menyebarkan informasi terus meningkat secara drastis di tahun 2020. Salah satu faktor yang paling menonjol adalah situasi pandemi yang mengharuskan seluruh masyarakat untuk melakukan segala aktivitas dari rumah. Hal ini kemudian mendorong masyarakat untuk lebih banyak menghabiskan waktu di dunia maya karena kurangnya aktivitas luar rumah.

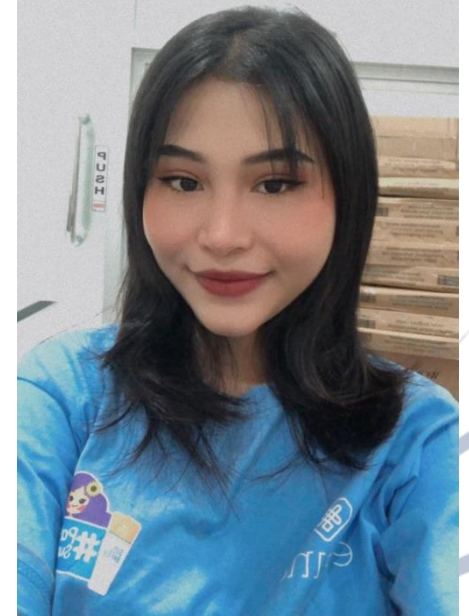
# Pembahasan

Pesan-pesan yang dipublikasikan di Instagram merupakan bentuk transformasi perubahan jenis pesan oleh masyarakat digital sebagai pengguna aktif Instagram. Para informan menyebutkan bahwa dengan adanya layanan Instagram story sangat memudahkan proses komunikasi baik itu antar individu maupun publik. Para kaum perempuan mengaku senang dengan layanan video yang dapat sekaligus menjadi sarana untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sehari-hari pengguna. Layanan ini dinilai memudahkan dalam proses komunikasi karena dapat mewakili pesan yang ingin disampaikan tanpa harus menyertakan text. Selain itu, penyajian pesan visual dapat dibuat lebih menarik sehingga proses interaksi di dunia maya menjadi lebih menyenangkan. Para kaum perempuan jadi lebih percaya diri ketika menggunakan filter

**BEFORE**



**AFTER**



# Pembahasan

Sudah tidak dipungkiri bahwa perkembangan media sosial adalah perkembangan teknologi yang begitu cepat. media sosial diawali pada tahun 70-an dengan adanya sistem papan buletin dalam menghubungkan satu orang dengan orang lainnya. Seiring berjalannya waktu, media sosial juga mengalami perkembangan dalam fungsi yang dilekatkan kepadanya. Sehingga setiap aplikasi media sosial akhirnya berdampak kepada cara komunikasi dari setiap pengguna. Seperti pada penelitian ini, Instagram, memiliki keunggulan yang hampir serupa. Bahkan, platform menyediakan opsi kepada pengguna untuk melakukan unggahan konten baik berupa video dan foto. Edwi Arief Sosiawan & Wibowo (2018) menyebutkan dengan unggahan berupa video dan foto yang dilakukan oleh pengguna, akhirnya termasuk adanya pergeseran komunikasi yang terjadi. Pergeseran baik nilai, norma, sampai dengan keyakinan yang ada pada diri pengguna cenderung kepada pola budaya visual (visual culture) dengan mendekonstruksi komunikasi verbal. Terhubung dengan topik penelitian yakni penggunaan Instagram, akhirnya komunikasi yang terjalin antara penggunanya cenderung aktif ketika menggunakan media sosial dikarenakan mudahnya dalam berinteraksi tanpa adanya batasan baik lokasi, waktu dan jarak. Kecenderungan dalam berinteraksi mengerucutkan kepada setiap pengguna yang akhirnya berpaku kepada nilai visual yang dihadirkan oleh para pengunggah konten

# Pembahasan

Asumsi adanya ketertudahan dalam mencari informasi dan juga adanya visual yang memudahkan seseorang untuk “menyalin” informasi tersebut, sehingga mendapatkan hasil seperti konten visual yang dihadirkan, menjadikan perubahan pula dalam perilaku remaja. Hurlock yang dikutip oleh (Putri et al., 2016) menyebutkan remaja memiliki akar kata adolensence dengan maknanya sebagai tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Salah satu hal yang menjadikan remaja sebagai pribadi yang memiliki keunikan dikarenakan karakteristik yang melekat kepadanya. Sebut saja karakteristik seperti : 1) pertumbuhan fisik yang lebih cepat dibandingkan masa anak-anak dan masa dewasa; 2) perkembangan seksual yang akhirnya menimbulkan masalah berupa adanya perkelahian, bunuh diri dan lain sebagainya; 3) cara berfikir yang kausatif dengan mengacu kepada sebab dan akibat; 4) emosi yang belum stabil (labil); 5) adanya kecenderungan dengan lawan jenis; dan 6) keinginan untuk diperhatikan lingkungannya (Putri et al., 2016). Karakteristik yang disebutkan akhirnya menciptakan adanya perubahan perilaku khusus dalam remaja memandang sekitarnya. Ditambah dengan adanya komunikasi berupa pemanfaatan media sosial khususnya Instagram, menjadikan perilaku remaja menjadi lebih berbeda

# Pembahasan

Kegiatan komunikasi yang semua didasarkan kepada gawai dan aplikasi media sosial akhirnya dijabarkan oleh (Mahendra, 2017) sebagai bentuk eksistensi yang dilakukan oleh pengguna media sosial khususnya remaja. Eksistensi yang dibuat akhirnya menjadi dua hal yakni diperoleh secara baik dan benar dengan adanya pengakuan dari orang lain maupun lingkungan sekitarnya atau dengan cara yang kurang baik dengan cara-cara yang kurang pantas. Pencapaian eksistensi diri akhirnya perlu dilakukan secara tidak berlebihan sehingga tidak menimbulkan dampak lain seperti menyinggung seseorang. Apabila remaja dapat mengakomodir komunikasi mereka melalui media sosial, dampak baiknya mereka dapat berjejaring secara mudah dengan orang lain, mendapatkan informasi yang lebih banyak dan berguna, bahkan menjadi pihak yang memberikan informasi.



# Kesimpulan

Secara garis besar penggunaan filter pada media sosial berpengaruh pada perilaku remaja pengikut akun Instagram Emina Cosmetics Surabaya dimana mereka memiliki ketergantungan dan kecemasan apabila tidak menggunakan filter. Sebagian besar informan pada penelitian ini mereka mempunyai rasa kecemasan yang menimbulkan rasa ketergantungan pada penggunaan filter di media sosial. Mereka tidak menggunakan filter hanya sebagai keinginan saja, tetapi filter digunakan sebagai kebutuhan bahkan menjadi suatu hal yang wajib digunakan jika akan membagikan foto atau video instagram story.

Penelitian ini sejalan dengan Teori Ketergantungan, yang menjelaskan bahwa motif adalah salah satu faktor yang bisa mendorong seseorang untuk menggunakan suatu media dan selanjutnya dapat menyebabkan ketergantungan lainnya pada media tersebut. Kecemasan sosial pada penelitian diletakkan sebagai motif individu untuk memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan interpersonal relationship, karena hal tersebut tidak terpenuhi dalam kehidupan sehari-hari nya.

# Referensi

- [1] A. A. Puspaningrum, S. Sidhartani, and F. Saptodewo, “PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI LIRIK LAGU BERJUDUL NOSTALGIA, CINTA DAN CHRISYE,” *J. Cipta*, vol. 1, no. 1, pp. 9–17, 2022.
- [2] E. N. Alfionita, “Eksperimentasi Metode Terapi Dengan Menggunakan Musik Untuk Pasien Skizofrenia Di Rumah Sakit Jiwa Daerah Surakarta,” p. 64, 2016.
- [3] P. A. Safitri and R. Wijaya, “IMPLEMENTASI PROGRAM PEMBINAAN KEPERIBADIAN SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN SIDOARJO,” pp. 945–960, 2021.
- [4] W. Oktaviani, *MODEL DAKWAH SUNAN KALIJAGA DALAM MENYEBARKAN ISLAM DI INDONESIA*, vol. 21, no. 1. 2020. [Online]. Available: <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- [5] N. H. Insani, “Konstruksi Budaya Dakwah Emha Ainun Nadjib Dalam Acara Mocapat Syafaat Sebagai Medium Resistensi,” *Diksi*, vol. 27, no. 2, pp. 87–101, 2019, doi: 10.21831/diksi.v27i2.24439.
- [6] B. A. Gusman, Y. Ichsan, F. N. Setianingsih, and I. N. Kasanah, “Strategi Komunikasi Dakwah dalam Pesan Lagu Cari Berkah Wali Band,” *SALIHA / J. Pendidik. Agama Islam*, vol. 5, no. 1, pp. 17–40, 2022.
- [7] L. Suryaningsih, “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme pada Lirik Lagu Mbojo,” *Ainara J. (Jurnal Penelit. dan PKM Bid. Ilmu Pendidikan)*, vol. 2, no. 3, pp. 274–280, 2021, doi: 10.54371/ainj.v2i3.92.
- [8] R. Ayu and D. Hariyanto, “Pemaknaan Lirik Lagu Pamer Bojo Karya Alm. Didi Kempot,” vol. 7, pp. 1–15, 2020.
- [9] A. Nathaniel and A. W. Sannie, “ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA KESENDIRIAN PADA LIRIK LAGU ‘RUANG SENDIRI’ KARYA TULUS,” vol. 19, pp. 107–117, 2018.
- [10] M. W. Al Khalidi and H. Syam, “REPRESENTASI NILAI-NILAI MORAL DALAM LIRIK LAGU DODA IDI (STUDI SEMIOTIK TERHADAP LIRIK LAGU DODA IDI DALAM ALBUM NYAWOUNG),” *J. Ilm. Mhs. FISIP Unsyiah*, vol. 2, no. 2, pp. 181–191, 2017.
- [11] S. Fitri, “Analisa Semiotik Makna Motivasi Lirik Lagu ‘Cerita Tentang Gunung Dan Laut’ Karya Payung Teduh,” *J. Komun.*, vol. 8, no. 3, pp. 256–261, 2017, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/3071>
- [12] S. Robi’ah, “Kegiatan komunikasi sebagai sarana humas untuk meningkatkan citra positif perusahaan di mata publik internal dan eksternal PT PLN (persero) distribusi Jawa Tengah Dan D.I.Yogyakarta,” Universitas Sebelas Maret, 2006.
- [13] Y. Abdi, *PROSTITUSI: KISAH 60 DAERAH DI INDONESIA*, Cetakan pe. Surabaya: AIRLANGGA UNIVERSITY PRESS, 2019. [Online]. Available: [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0ZmwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA163&dq='Pural'+merupakan+sebutan+atau+istilah+orang+Jawa+untuk+memanggil+wanita+yang+ada+di+karaoke&ots=Vi97ZGFOKr&sig=oVBmVXSi-7TIM6OtootO\\_x7zHk&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0ZmwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA163&dq='Pural'+merupakan+sebutan+atau+istilah+orang+Jawa+untuk+memanggil+wanita+yang+ada+di+karaoke&ots=Vi97ZGFOKr&sig=oVBmVXSi-7TIM6OtootO_x7zHk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- [14] T. Arisdiani and Y. P. Widyastuti, “Hubungan Self-Esteem Terhadap Perilaku Mengonsumsi Minuman Keras Pada Wanita Pemandu Lagu (PI) Di Tempat-Tempat Karaoke,” *J. Keperawatan Jiwa*, vol. 5, no. 1, p. 14, 2019, doi: 10.26714/jkj.5.1.2017.14-18.
- [15] Syaparuddin and Elihami, “Peranan Pendidikan Nonformal Dan Sarana Pendidikan Moral,” *J. Edukasi Nonform.*, vol. 1, no. 1, pp. 173–186, 2020, [Online]. Available: <https://ummaspul.e-journal.id/JENFOL/article/view/317>

# Referensi

- Aeni, S. N. (2022). Menilik Sejarah Media Sosial, Manfaat, dan Contohnya. <https://katadata.co.id/sitinuraeni/digital/6246823429ac2/menilik-sejarah-media-sosial-manfaat-dan-contohnya>
- Edwi Arief Sosiawan, & Wibowo, R. (2018). Model dan Pola Computer Mediated Communication Pengguna Remaja Instagram dan Pembentukan Budaya Visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2).
- Hibatullah, H. S. (2021). EFEKTIVITAS PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL(STUDI KASUS PT PERTAMINA PATRA NIAGA). STIE Indonesia Jakarta.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 2(1), 1–13.
- Mahendra, B. (2017). EKSISTENSI SOSIAL REMAJA DALAM INSTAGRAM (SEBUAH PERSPEKTIF KOMUNIKASI). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151 – 160.
- Nugraha, B., & Akbar, M. F. (2018). Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 95–101.
- Prasanti, D. (2018). PENGGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI BAGI REMAJA PEREMPUAN DALAM Pencarian Informasi Kesehatan. *JURNAL LONTAR*, 6(1), 13–21.
- Putri, W. S. R., Nurwati, R. N., & Santoso, M. B. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA. *PROSIDING KS: RISET & PKM*, 3(1), 48–51.
- Santoso, R. V. (2021). Efektivitas Peran Media Aplikasi Digital Weverse Boyband Bangtan Sonyeondan (BTS) Terhadap Literasi Digital Pada Sistem Sosial Para ARMY (penggemar). Kwik Kian Gie School of Business.
- Sari, L. N., & Susilawati, N. (2022). Motif Penggunaan FilterInstagram dikalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan* Volume, 5(2), 217–222.
- Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA DI KALANGAN PELAJAR. *MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 14–21.
- Utami, D. P., Melliani, D., Maolana, N. F., Marliyanti, F., & Hidayat, A. (2021). IKLIM ORGANISASI KELURAHAN DALAM PERSPEKTIF EKOLOGI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12).
- Agianto, R., et al. (2020). "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja." 7(2): 130-139.
- Dewi, R. and P. A. J. J. I. K. Janitra (2018). "Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego." 8(3): 340-347.
- Erniwati, E. and M. R. Y. J. K. J. I. K. Suldani (2020). "PERUBAHAN PERILAKU KOMUNIKASI KAUM PEREMPUAN PENGGUNA INSTAGRAM STORIES DI KOTA MAKASSAR." 330-340.
- Munawar, Z. (2017). Penggunaan Profil Media Sosial Untuk Memprediksi Kepribadian. *TEMATIK-Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 4 (2 SE-Articles), 18–37.

# Referensi

Notoatmodjo, S. (2007). "Promosi kesehatan & ilmu perilaku."

Prisgunanto, I. J. U. J. I. K. (2012). "Pengaruh Tingkat Kepercayaan Berkomunikasi di Jejaring Sosial Internet (Social Media) Terhadap Perilaku Beli Mahasiswa." 4(1): 1-12.

Putri, W. S. R., et al. (2016). "Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja." 3(1).

Soliha, S. F. J. I. J. I. K. (2015). "Tingkat ketergantungan pengguna media sosial dan kecemasan sosial." 4(1): 1-10.

Watie, E. D. S. J. J. T. M. (2016). "Komunikasi dan media sosial (communications and social media)." 3(2): 69-74.

Zakirah, D. M. A. (2017). Mahasiswa dan Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga), Universitas Airlangga.

