

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa dewasa awal merupakan masa peralihan dari masa remaja menuju masa dewasa yang seutuhnya. Santrock (2011) mengatakan masa dewasa awal adalah istilah yang kini digunakan untuk merujuk masa transisi dari remaja menuju dewasa di rentang usia berkisar antara 18 tahun hingga 25 tahun. Pada masa dewasa awal merupakan masa terjadinya perubahan minat, salah satunya adalah minat pribadi yang salah satunya berhubungan dengan penampilan. Ketika individu tumbuh dewasa, laki-laki dan perempuan telah belajar menerima perubahan-perubahan fisik dan telah tahu bagaimana memanfaatkannya. Meskipun mungkin penampilannya tidak seperti yang diharapkan, namun mereka sudah menyadari kekurangan-kekurangan diri mereka dan menyadari bahwa ia tidak bisa menghapus kekurangan tersebut sekalipun dapat berusaha memperbaiki penampilannya. Oleh sebab itu, maka muncullah minat akan kecantikan, diet dan olahraga (Hurlock, 1986). Mathes & Khan (dalam Hurlock, 1986) berpendapat bahwa penampilan fisik menarik yang dimiliki oleh seseorang dapat memberikan sebuah potensi menguntungkan serta bermanfaat untuk mendapatkan umpan balik yang menyenangkan berasal dari interaksi sosial atau sosialisasi. Senada dengan itu, Hurlock (1986) mengatakan bahwa sejak kecil individu sudah mengetahui bahwa penampilan yang menarik merupakan potensi yang kuat dalam pergaulan dan yang tidak menarik akan menghambat pergaulan. Dari pengalaman orang diketahui bahwa harga diri, keberanian menonjolkan diri, kemudahan berteman, kebahagiaan, dan penampilan yang menarik merupakan faktor-faktor yang erat berhubungan satu dengan lainnya, dan penampilan fisik yang menarik menjadi dasar segala-galanya.

Hutagalung (2007) mengatakan bahwa orang lain akan merasa nyaman, betah dan senang dengan penampilan seseorang yang enak dipandang mata. Penampilan yang dianggap sebagai kunci sukses dalam kehidupan sosial bermasyarakat disini adalah penampilan yang mengandung pengertian

diantaranya, enak dan menarik dipandang mata (*a pleasing appearance*), kesempurnaan penampilan dalam warna (*a perfection of form colour*), proporsi tubuh yang simetris yang menimbulkan kesan menarik (*a pleasing proportion of symetri*). Berdasarkan hal itu seseorang sering kali memperhatikan penampilan fisik yang dimilikinya. Marizka dkk (2019) berpendapat bahwa individu yang masuk pada usia dewasa awal beranggapan bahwasanya mempunyai tubuh yang menarik serta juga yang ideal, akan mendukung individu untuk memperoleh kehidupan asmara dan pekerjaan lebih baik, sehingga individu pada usia ini akan berusaha untuk memenuhi dan memperoleh standar tubuh ideal. Lebih lanjut perempuan juga menyadari bahwa penampilan fisik yang menarik sangat membantu statusnya dalam bidang bisnis maupun dalam pernikahan. Zaman sekarang, penampilan fisik yang menarik sering dipandang lebih penting dari kecerdasan dan pendidikan dalam pernikahan dan sangat penting untuk mencapai status sosial yang lebih tinggi (dalam Hurlock, 1996). Hal tersebut juga terlihat dari berbagai banyaknya lowongan pekerjaan yang sering kali mencantumkan persyaratan memiliki penampilan yang menarik.

Kebutuhan untuk berpenampilan menarik relatif lebih besar dibutuhkan oleh perempuan. Hal tersebut sesuai dengan hasil survei yang dilakukan oleh Muhtar dkk (2022) terhadap 82 mahasiswi di kota Makassar yang berusia 18 sampai 25 tahun. Diperoleh data sebanyak 67% mengaku tidak merasa memiliki penampilan, bentuk tubuh, dan wajah yang menarik. Mengikuti tugas-tugas perkembangan menurut Havighurts (2004), umumnya tugas perkembangan dewasa awal berkaitan langsung dengan bentuk fisik. Mencari dan menemukan calon pasangan hidup, membina kehidupan rumah tangga, dan meniti karier dipengaruhi oleh daya tarik fisik seseorang yang kemudian menyebabkan mulai munculnya kebutuhan untuk tampil cantik di hadapan orang lain, sehingga wanita mulai bersibuk diri pada penampilan fisiknya dan mulai berusaha mengubah penampilannya dengan lebih memperhatikan wajah, kulit, terutama bentuk tubuhnya agar terlihat lebih ideal (Suseno & Dewi, 2014).

Penampilan menarik bagi perempuan sering didefinisikan dengan memiliki wajah cantik, tubuh langsing dan tinggi. Standar tersebut membuat cantik bagi

seorang perempuan merupakan hal yang penting dan berkurang atau menurunnya kecantikan fisik adalah suatu hal yang tidak diharapkan. Tidak sedikit individu yang membandingkan fisiknya dengan orang lain, terutama perempuan. Emslie (dalam Larsen, 2009) mengungkapkan baik perempuan maupun laki-laki sesungguhnya sama-sama memperhatikan mengenai standar keindahan, tetapi disampaikan bahwa wanita lebih memperhatikan apapun yang berkaitan dengan keindahan fisiknya dibandingkan laki-laki. Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat Ningsih dan Bawono (2016) wanita akan lebih memikirkan bagaimana untuk tampil cantik dan menarik.

Seiring berjalannya waktu, kecantikan yang ideal semakin bervariasi dan berubah sesuai standar estetika jangka waktu tertentu dan sebagian besar perempuan telah berusaha untuk mengubah diri mereka untuk memenuhi citra ideal ini (Denich & Ifdil, 2015). Perempuan mempunyai standar kecantikan mereka sendiri sesuai dengan standar mereka, masyarakat memiliki standar kecantikan tersendiri yang dapat memengaruhi persepsi individu terhadap konsep tubuh ideal. Beberapa masyarakat beranggapan bahwa perempuan cantik memiliki hidung mancung, bertubuh langsing atau tinggi, dan berkulit putih dan bersih (Rizkiyah & Apsari, 2020). Hal tersebut sesuai dengan hasil survei yang dikeluarkan oleh ZAP *Beauty Index* (2020) yang menyatakan bahwa 46,7% responden beranggapan bahwa definisi ‘cantik’ adalah memperindah penampilan secara seksama dan keseluruhan atau biasa disebut *well-dressed*, dan 82,5% responden beranggapan bahwa ‘cantik’ itu adalah memiliki kulit cerah dan *glowing* (ZAP, 2020). Standar kecantikan yang semakin tidak realistis ini akan berakibat pada cara pandang seseorang mengenai tubuhnya atau dikenal dengan citra tubuh.

Cash dan Pruzinsky (2002) mengemukakan bahwa citra tubuh merupakan penilaian individu terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, individu mempersepsikan dan memberikan penilaian atas apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya, serta bagaimana penilaian orang lain terhadap diri individu yang bersangkutan. Ifdil dkk (2017) dalam penelitiannya berpendapat citra tubuh adalah persepsi individu mengenai bagaimana kondisi tubuh yang ideal, dimana persepsi individu dapat berasal dari sudut pandang orang lain maupun dari

pertimbangannya sendiri. Lebih lanjut Grimm & Schwartz (2017) mengatakan, citra tubuh merupakan suatu sikap, pandangan, cara berpikir, dan perasaan individu mengenai keadaan fisiknya. Setiap individu memiliki gambaran diri ideal seperti apa yang dinginkannya termasuk bentuk tubuh ideal seperti apa yang ingin dimilikinya. Ketidaksesuaian antara bentuk tubuh yang dipersepsi oleh individu dengan bentuk tubuh yang menurutnya ideal akan memunculkan ketidakpuasan terhadap tubuhnya. Hal tersebut serupa dengan yang disampaikan oleh Kusuma dan Krianto (2018) bahwa citra tubuh diartikan sebagai pandangan dari penampilan fisik seseorang secara keseluruhan, ketidaksesuaian antara bentuk tubuh yang dipersepsi oleh individu dengan bentuk tubuh yang menurutnya ideal akan memunculkan ketidakpuasan terhadap tubuhnya.

Citra tubuh bisa berupa penilaian negatif ataupun positif individu terhadap tubuhnya sendiri. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Tylka & Barcalow (2015) bahwa penilaian seseorang akan bentuk tubuhnya terbagi menjadi 2 jenis, yaitu positif dan negatif. Citra tubuh positif ialah seseorang yang memandang dirinya memiliki penampilan menarik, sedangkan citra tubuh yang negatif merupakan seseorang yang memiliki persepsi terhadap penampilannya yang kurang menarik baik untuk dirinya maupun orang lain serta kurang mampu menerima dirinya dengan kekurangan yang telah dimiliki. Perasaan puas membuat individu menghargai dan menerima kekurangan dari tubuhnya (Ramanda dkk., 2019). Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Dona Eka (dalam Maryam & Ifdil, 2019) bahwa gambaran citra tubuh yang positif secara umum mempersepsikan tubuhnya, adanya sikap puas dan cenderung tidak merasa cemas pada tubuhnya, serta tidak menghindari aktivitas yang menunjukkan bentuk tubuhnya. Citra tubuh positif berperan sebagai kunci utama membangun kesehatan psikologis dan perkembangan fisik pada individu (Cash & Pruzinsky, 2002).

Individu yang mempunyai citra tubuh positif pada umumnya merawat, menjaga, dan menghargai apapun yang ada di tubuhnya. Sebaliknya, jika individu memiliki citra tubuh negatif, akan cenderung memandang negatif terhadap fisiknya sehingga timbul perasaan minder, cemas, *insecurity*, dan rasa tidak puas pada tubuhnya (Shanti & Az Zahra, 2022). Lebih lanjut dampak negatif lain yang akan

dialami individu ketika memiliki citra tubuh negatif adalah kurang percaya diri, kurang memiliki resiliensi, sulit *self acceptance*, pesimis, dan peka pada kritik orang lain (Shanti & Az Zahra, 2022), serta mempersepsikan diri sebagai orang yang tidak memiliki penampilan yang menarik atau kurang menarik. Pada beberapa penelitian sebelumnya, individu yang memiliki citra tubuh negatif, akan menyebabkan individu tersebut mengalami perubahan *mood* yang berlebihan dan kecemasan (Mills dkk, 2018), depresi (Soares Filho dkk, 2020), gangguan makan (Suarez-Albor dkk, 2022), hingga dapat menyebabkan individu melakukan bunuh diri (Fitriyah & Rokhmawan, 2019). Citra tubuh yang negatif juga bisa memengaruhi kualitas hidup individu, di mana umumnya mereka akan merasa kurang puas dengan kehidupannya (Baceviciene dkk, 2020).

Permasalahan citra tubuh lebih dikaitkan pada perempuan. Hal ini senada dengan pendapat Monteath dan McCabe (1997) perempuan cenderung memperhatikan citra tubuh yang dimiliki, dan juga sikap perempuan terhadap penampilan yang dimiliki akan berpengaruh terhadap penilaian bentuk tubuhnya sehingga menyebabkan rasa puas maupun tidak puas terhadap citra tubuh yang dimiliki. Hal tersebut senada dengan penelitian yang dilakukan Choiriyah dkk (2019) ditemukan bahwa remaja perempuan lebih cenderung memperhatikan citra tubuh yang dimilikinya dan akan merasa terganggu jika memiliki citra tubuh yang tidak sesuai dengan orang yang diidolakan.

Vega dkk (2014) mengatakan bahwa perempuan memiliki kecenderungan memiliki citra tubuh negatif lebih tinggi dibandingkan laki-laki karena kecenderungan untuk lebih mudah terpengaruh oleh lingkungan dan dengan adanya standar kecantikan. Senada Garussi dan Baneshi (2017) mengatakan wanita lebih rentan memiliki citra tubuh yang negatif daripada pria. Idealnya individu harus memiliki citra tubuh yang positif, dengan begitu seseorang dapat menerima dirinya sendiri tanpa merasa cemas karena memikirkan standar tubuh di masyarakat secara umum, namun kenyataannya di lapangan masih banyak individu yang memiliki citra tubuh negatif (Ifdil dkk, 2017). Hal tersebut sesuai dengan survei yang dilakukan oleh Muhktar dkk (2022) 82 Mahasiswi di kota Makassar berusia 18

sampai 25 tahun. Sebanyak 66% mengaku tidaklah merasa puas dengan penampilan, bentuk maupun wujud badan serta juga wajah yang ada pada saat ini.

Cash dan Pruzinsky (2002) mengemukakan bahwa terdapat berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi citra tubuh yaitu media massa, jenis kelamin, serta juga hubungan interpersonal. Salah satu dari faktor yang mempengaruhinya citra tubuh ialah media massa. Yunus (2015) mengemukakan bahwasanya media massa terbagi menjadi 3 macam, yakni media elektronik, cetak, serta juga *online*. Media *online* ialah bentuk media berbasis komputer dan internet yang meliputi *website*, portal berita, radio *online*, televisi *online*, dan media sosial. Salah satu jenis media *online* yang populer dan banyak digunakan oleh dewasa awal adalah media sosial. Hal tersebut terbukti berdasarkan informasi dari *datareportal.com* bahwa pengguna media sosial di Indonesia sebesar 167,0 juta pada Januari 2023, setara dengan 60,4% dari total populasi. Lebih lanjut dilansir dari *data.goodstats.id* 153 juta adalah pengguna di atas usia 18 tahun, yang merupakan 79,5% dari total populasi. Hasil penelitian Perloff (2014) mengemukakan bahwasanya seorang perempuan yang berusia dewasa awal yang memiliki ketergantungan dalam menggunakan media sosial dapat mempengaruhi persepsi terkait tubuh. Hal tersebut senada dengan survei yang dilakukan Muhtar dkk (2022) pada 82 mahasiswi universitas didapatkan informasi bahwa 63% memilih setuju jika media sosial dapat mempengaruhi cara pandang terkait tubuh.

Youn (2019) dalam penelitiannya mengatakan media sosial adalah tentang menampilkan wajah terbaik, baik melalui *selfie* atau foto lainnya. Pertukaran konten visual yang terjadi antara pengguna lain dalam media sosial akan membuat individu untuk melakukan perbandingan sosial negatif yang secara signifikan mempengaruhi citra tubuh individu (Muhtar dkk, 2022). Salah satu alasan yang mendasari hubungan media sosial dengan citra tubuh secara teoritis adalah besarnya kampanye dan *exposure* yang ditayangkan dalam berbagai media komersil yang dapat dilihat individu setiap harinya. Hal-hal tersebut tidak jarang menghasilkan pikiran-pikiran yang akan membandingkan diri sendiri dengan sosok yang dilihat di layar media sosial yang pada akhirnya dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap citra tubuhnya (Pendry & Salvatore, 2015). Senada dengan survei Muhtar

dkk (2022) pada 82 mahasiswi di kota Makassar, sebanyak 74% mengaku membandingkan bentuk tubuh, wajah, dan penampilan dengan orang lain. Sebanyak 11% memilih sangat sering, 18% memilih sering, 56% memilih kadang-kadang, dan 15% memilih tidak pernah melakukan perbandingan dengan orang lain.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Hogue dan Mills (2019) ditemukan bahwa keterlibatan aktif media sosial dengan teman sebaya yang menarik dapat meningkatkan kemungkinan ketidakpuasan tubuh, terutama pada wanita. Salah satu media sosial populer yang banyak digunakan adalah Instagram. Hal tersebut sesuai dengan informasi dari *databoks.katadata.co.id* menurut laporan *We Are Social*, pada Oktober 2023 ada sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia. Lebih lanjut dilansir dari *data.goodstats.id* rentang usia pengguna Instagram tertinggi yaitu kelompok usia 18-24 tahun yang mana usia tersebut tergolong dewasa awal. Herman (dalam Prasetyo, 2019) berpendapat Instagram adalah media sosial yang berbasis visual untuk berbagi foto dan video. Instagram menawarkan banyak fitur untuk mengedit foto atau video yang membuat foto atau video terlihat tidak realistis sehingga menimbulkan *effect* cantik berlebihan, sehingga dapat membuat penggunanya berlama-lama dalam mengakses Instagram. Lebih lanjut Youn (2019) dalam penelitiannya mengatakan penggunaan *filter* untuk membantu tampil terbaik tidak lagi diperuntukkan bagi fotografer profesional, *filter* dapat dengan mudah ditambahkan ke foto untuk meningkatkan kontras, kecerahan, dan atribut foto lainnya secara instan agar hasil foto terlihat lebih menarik. Fitur tersebut biasa dikenal dengan *beauty filters*.

Filter atau *beauty filters* merupakan fitur pengubah warna dan cahaya yang dapat digunakan saat swafoto atau pun swavidio, sehingga penggunanya tidak perlu lagi melakukan *touch up* agar terlihat cantik dan menawan (Fauzi dkk, 2023). Dilansir dari *tecnologyreview.com*, pada dasarnya cara kerja fitur ini menggunakan kecerdasan buatan dan visi komputer untuk mendeteksi fitur wajah dan mengubah kulit menjadi lebih putih, halus, dan sebagainya. Dilansir dari *disrupto.co.id* Lahirnya *beauty filters* ditengarai akibat munculnya budaya swafoto, utamanya

ketika *MySpace* dan *Facebook* menyebarkan *selfie* secara global di tahun 2000an yang kemudian diikuti oleh Snapchat di 2011 yang memperkenalkan *AR filter* di aplikasi tersebut (Meidiska, 2023). Bahkan kini *beauty filters* sudah menjadi fitur andalan di berbagai aplikasi pengeditan foto ataupun media sosial salah satunya instagram. Kemudahan dalam penggunaannya ini lah yang membuat *beauty filters* diminati oleh banyak orang. Hal ini dapat dibuktikan dengan survei awal yang dilakukan oleh penulis yang dilakukan pada 159 responden yang didapatkan secara acak. Sebanyak 91.2% atau 145 diantaranya menyatakan pernah menggunakan *beauty filters*. Data ini menunjukkan bahwa, penggunaan *beauty filters* memang banyak diminati. Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh penulis pula, peminat tertinggi terhadap penggunaan *beauty filters* adalah perempuan dari total responden 159 orang yaitu sebanyak 131 orang atau 82.4% dan laki-laki sebanyak 20 orang atau 13.8%. Pada studi yang dilakukan oleh Khoerunnisa dkk (2021), didapatkan informasi bahwa *filter-filter* di Instagram, bisa mempercantik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri. Senada dengan hasil survei awal peneliti pada 159 responden yang didapatkan secara acak, hasilnya sebanyak 41.4% atau 60 orang menyatakan menggunakan *beauty filters* agar percaya diri saat mengunggah foto atau video di media sosial. Dalam survei yang dilakukan oleh Wibisono (2021), didapatkan hasil bahwa subjek sebanyak 93,33% menjawab “Ya” akan selalu berusaha tampil menarik ketika mengunggah foto atau video di instagram dan hanya sebagian kecil yang menyatakan biasa-biasa saja, yaitu sebanyak 16,67%. Oleh sebab itu, salah satu upaya untuk tampil menarik di instagram adalah menggunakan fitur foto *beauty filters*. Begitu pula dengan survei awal yang dilakukan peneliti, sebanyak 51.7% atau 75 orang dari 159 memilih menggunakan *beauty filters* agar terlihat menarik di media sosial saat mengunggah foto atau videonya. Lebih lanjut dalam studi yang dilakukan Youn (2019) didapatkan informasi bahwa *filter* Instagram dapat menjadi cara yang sangat berharga bagi individu atau pasien untuk mengomunikasikan harapan mereka kepada ahli bedah plastik.

Penggunaan *beauty filters* memang mampu membuat individu terlihat lebih menarik dan bahkan menambah kepercayaan diri akan penampilan individu

tersebut di media sosial. Namun, terlalu sering menggunakan *beauty filters* bisa merugikan para penggunanya karena dipenuhi ekspektasi tinggi terhadap penampilan mereka, akibatnya pengguna akan merasa tidak puas dengan penampilan asli mereka dan akan membandingkan dengan diri mereka ketika menggunakan *beauty filters* (Hasibuan, 2022). Windayanti dan Supriadi (2019) berpendapat adanya keinginan untuk tampil menarik, salah satunya disebabkan oleh adanya perasaan tidak puas serta cara pandang seseorang terhadap diri sendiri yang berhubungan dengan citra tubuh. Oleh karena itu, adanya ketidakpuasan terhadap penampilan dan keinginan tampil menarik dapat membuat seseorang berkeinginan menggunakan *beauty filters*. Terdapat kesesuaian dengan survei yang dilakukan Girlguiding, didapatkan hasil bahwa sepertiga perempuan muda tidak akan mengunggah foto *selfie*-nya bila tidak menggunakan *filter*. Sebanyak 39% dari 1.473 responden, berusia 11-21 tahun, mengatakan mereka merasa kesal karena tidak memiliki penampilan seperti di media sosial di kehidupan nyata (Hallett, 2020). Meskipun *mem-filter* foto mungkin memiliki efek psikologis yang merugikan bagi sebagian orang, tampaknya *filter* foto akan tetap ada (Youn, 2019). Adanya efek yang dirasakan pengguna *beauty filters* membuat mereka semakin intens menggunakan *beauty filters* tersebut. Rismana dkk (2016) berpendapat intensitas adalah gambaran seberapa lama dan seringnya individu melakukan suatu kegiatan dengan tujuan tertentu yang dilakukan oleh individu dengan sungguh-sungguh dan terus-menerus sehingga memperoleh hasil yang optimal. Ajzen (2005) menyatakan bahwa intensitas ialah suatu usaha yang dilakukan individu dalam melakukan aktivitas tertentu. Tubb dan Moss (dalam Nurjan dkk, 2016) mengatakan intensitas dapat diukur berdasarkan frekuensi dan durasi dari penggunaan media sosial. Frekuensi yaitu seberapa sering individu menggunakan media sosial, adapun durasi adalah terkait seberapa lama individu menggunakan media sosial dalam hal ini *beauty filters*. Terdapat kesesuaian survei awal yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan data terkait frekuensi dalam penggunaan *beauty filters*. Sebanyak 44,1% responden menyatakan, menggunakan *beauty filters* saat mengunggah foto atau video di media sosial dengan frekuensi kadang-kadang. Kemudian dengan frekuensi sering sebanyak 37,9% dan frekuensi selalu sebanyak

17,9%. Dapat disimpulkan bahwa memang ada sebuah intensitas pada penggunaan *beauty filters* yang memungkinkan memberikan pengaruh terhadap penggunanya baik positif ataupun negatif. Hal tersebut juga sesuai dengan teori *Uses and Effect* (Windahl dalam Neti dkk, 2020) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial serta isi yang ada dalam media dapat menciptakan suatu efek terhadap individu yang mana dalam hal ini adalah penggunaan *beauty filters*.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indriani dan Suhana (2022) yang berjudul hubungan antara Intensitas Penggunaan Instagram dengan *Body Image* pada *Emerging Adulthood*. Didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan instagram dengan *body image* pada *emerging adulthood* di Kota Bandung. Semakin tinggi intensitas penggunaan instagram maka semakin negatif atau rendah *body image* pada *emerging adulthood* yang menggunakan instagram di kota Bandung, dan begitupun sebaliknya. Namun pada penelitian yang dilakukan Muhtar dkk (2022) yang berjudul pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *body image* pada mahasiswa di kota Makassar, didapatkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh negatif intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *body image* pada mahasiswa di kota Makassar.

Dengan demikian, media sosial dapat memberikan gambaran tampilan menarik dan cantik ditambah lagi dengan kemajuan teknologi yang menghasilkan fitur-fitur canggih seperti *beauty filters* yang semakin nyata memberikan gambaran cantik yang diinginkan dan dibutuhkan oleh perempuan dewasa awal. Hal tersebut dapat memengaruhi cara pandang individu terhadap kondisi fisiknya yang sebenarnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh intensitas penggunaan *beauty filters* instagram terhadap citra tubuh pada dewasa awal.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh intensitas penggunaan *beauty filters* instagram terhadap citra tubuh pada dewasa awal.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan *beauty filters* instagram terhadap citra tubuh pada dewasa awal.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat penelitian ini dari hasil penelitian ini adalah untuk menambah data empiris, memberi dan memperluas wawasan kepada para pembaca dalam perkembangan ilmu Psikologi, khususnya dalam bidang psikologi sosial dan psikologi perkembangan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini terbagi menjadi , yaitu:

- a. Bagi Subjek. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang citra tubuh serta dampak dalam penggunaan *beauty filters*.
- b. Bagi Masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman masyarakat mengenai *beauty filters* serta pengaruh dalam penggunaannya terhadap citra tubuh ataupun pemahaman terkait citra tubuh
- c. Bagi Penelitian Selanjutnya. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya mengenai variabel yang sama yaitu intensitas dan citra tubuh ataupun terkait fenomena *beauty filters*.