

## PENGARUH FREKUENSI PENGGUNAAN FILTER WAJAH TIKTOK TERHADAP TINGKAT *SELF CONFIDENCE* MURID PEREMPUAN SMPN 9 TEGAL

Chika Nadiyah<sup>1</sup>, Suriswo<sup>2</sup>, Sri Adi Nurhayati<sup>3</sup>

Universitas Pancasakti Tegal, Tegal, Jawa Tengah, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

e-mail: [chikanadiyah@gmail.com](mailto:chikanadiyah@gmail.com)<sup>1</sup>, [suriswo44@gmail.com](mailto:suriswo44@gmail.com)<sup>2</sup>, [sriadinurhayati@upstegal.ac.id](mailto:sriadinurhayati@upstegal.ac.id)<sup>3</sup>

Diterima: 01/10/2026; Direvisi: 05/10/2026; Diterbitkan: 18/10/2026

### ABSTRAK

Penggunaan media sosial, khususnya fitur filter wajah pada aplikasi TikTok, semakin berkembang di kalangan remaja dan dapat berkaitan dengan pembentukan persepsi diri serta kepercayaan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh frekuensi penggunaan filter wajah di aplikasi TikTok terhadap tingkat kepercayaan diri (*self-confidence*) murid perempuan kelas VIII di SMP Negeri 9 Tegal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *ex post facto*. Populasi penelitian berjumlah 108 siswi kelas VIII, sedangkan sampel sebanyak 73 siswi dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria aktif menggunakan TikTok dan fitur filter wajah. Data dikumpulkan menggunakan skala psikologi yang telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,935 untuk variabel penggunaan filter wajah dan 0,927 untuk variabel *self-confidence*. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 27 melalui analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, uji-t parsial, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan filter wajah dan tingkat *self-confidence* siswi berada pada kategori tinggi. Uji-t menunjukkan nilai thitung sebesar 8,210 lebih besar daripada ttabel sebesar 1,994 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_a$  diterima. Koefisien determinasi sebesar 0,487 menunjukkan bahwa penggunaan filter wajah memberikan kontribusi sebesar 48,7% terhadap *self-confidence*, sedangkan 51,3% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, frekuensi penggunaan filter wajah di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat *self-confidence* murid perempuan.

**Kata Kunci:** Filter Wajah TikTok, Self-Confidence, Murid Perempuan

### ABSTRACT

The use of social media, particularly facial filter features on TikTok, has increasingly become common among adolescents and may be associated with self-perception and self-confidence. This study aimed to examine the effect of the frequency of facial filter use on TikTok on the level of self-confidence among female eighth-grade students at SMP Negeri 9 Tegal. This study employed a quantitative approach with an *ex post facto* design. The population consisted of 108 eighth-grade female students, while the sample comprised 73 students selected using purposive sampling based on the criteria of being active TikTok users and using facial filter features. Data were collected using psychological scales that met validity and reliability requirements, with Cronbach's Alpha values of 0.935 for the facial filter use variable and 0.927 for the self-confidence variable. Data were analyzed using SPSS version 27 through descriptive analysis, classical assumption tests, simple linear regression, a partial t-test, and the coefficient of determination. The results showed that both the frequency of facial filter use and the students' self-confidence were categorized as high. The partial t-test yielded a t-value of 8.210, which was greater than the t-table value of 1.994, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , indicating

Copyright (c) 2026 PAEDAGOGY : Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi

 <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v6i4.16232>



that the alternative hypothesis was accepted. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.487 indicated that facial filter use contributed 48.7% to self-confidence, while the remaining 51.3% was influenced by other factors outside the study. Thus, the frequency of facial filter use on TikTok had a positive and significant effect on the self-confidence of female students

**Keywords:** *TikTok Face Filter, Self-Confidence, Female Adolescents*

## PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan fase perkembangan yang ditandai dengan semakin kuatnya proses pembentukan identitas, kebutuhan penerimaan sosial, dan perhatian terhadap penilaian orang lain. Pada fase ini, media sosial menjadi salah satu ruang penting bagi remaja untuk berinteraksi, menampilkan diri, dan memperoleh respons sosial dari lingkungan sekitarnya. Perkembangan tersebut membuat kepercayaan diri tidak hanya terbentuk melalui interaksi langsung, tetapi juga dapat berkaitan dengan pengalaman remaja ketika menampilkan dirinya di ruang digital. Santoso et al. (2025) menunjukkan bahwa dinamika media sosial pada Generasi Z berkaitan dengan aspek psikologis berupa *self-confidence*, terutama dalam konteks kebutuhan untuk tetap terhubung dengan aktivitas sosial digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan media sosial perlu dipahami bukan hanya sebagai perubahan pola komunikasi, tetapi juga sebagai bagian dari proses pembentukan persepsi dan evaluasi diri remaja.

Perubahan pola interaksi tersebut semakin terlihat melalui penggunaan TikTok yang menyediakan berbagai fitur untuk memungkinkan pengguna menampilkan dirinya secara kreatif. Interaksi virtual melalui TikTok memberikan ruang bagi pengguna untuk membangun representasi diri sekaligus memperoleh tanggapan dari pengguna lain. Safitri dan Mardhiah (2026) memperlihatkan bahwa penggunaan TikTok berkaitan dengan terbentuknya interaksi virtual di kalangan penggunanya. Di sisi lain, kemampuan media sosial dalam memfasilitasi keterbukaan diri juga menunjukkan bahwa aktivitas digital dapat memengaruhi cara remaja mengelola informasi dan representasi tentang dirinya. Chairanni et al. (2026) menempatkan penggunaan media sosial dan literasi digital sebagai aspek yang berkaitan dengan *self-disclosure* remaja, sehingga aktivitas di ruang digital perlu dilihat sebagai bagian dari proses perkembangan sosial dan psikologis mereka.

Salah satu bentuk presentasi diri yang semakin berkembang adalah penggunaan fitur yang memungkinkan pengguna memodifikasi tampilan wajah sebelum membagikan konten. Filter wajah dapat memberikan perubahan visual secara instan sehingga pengguna dapat menampilkan versi dirinya yang dianggap lebih menarik atau sesuai dengan ekspektasi sosial tertentu. Dalam konteks tersebut, penggunaan filter dapat berkaitan dengan kebutuhan untuk memperoleh penerimaan dan validasi dari lingkungan digital. Az-zahra et al. (2026) menunjukkan adanya perhatian terhadap hubungan frekuensi aktivitas berbagi diri di media sosial dengan kebutuhan validasi diri pada remaja. Fenomena tersebut menjadi relevan ketika frekuensi penggunaan fitur modifikasi wajah tidak lagi sekadar menjadi aktivitas hiburan, tetapi berpotensi menjadi bagian dari strategi individu dalam membangun dan mempertahankan citra dirinya di ruang digital.

Presentasi diri melalui media digital juga berkaitan dengan bagaimana individu membangun identitas sosial berdasarkan kesan yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Proses tersebut dapat mendorong seseorang untuk memilih bentuk representasi tertentu agar memperoleh kesesuaian dengan harapan sosial dan lingkungan digitalnya. Wang et al. (2023) menunjukkan pentingnya konsumsi yang berorientasi pada konstruksi kesan dalam





pembentukan identitas sosial, khususnya pada perempuan dalam lingkungan sosial tertentu. Persepsi perempuan terhadap representasi kecantikan di media sosial juga menunjukkan bahwa keberadaan akun dan konten yang menampilkan standar kecantikan dapat membentuk cara perempuan memandang penampilan serta representasi dirinya di ruang digital (Khairunnisa et al., 2026). Dalam konteks remaja, kecenderungan membangun kesan melalui tampilan visual menjadi semakin relevan karena penampilan dapat menjadi salah satu aspek yang mudah diamati dan dinilai oleh orang lain. Nasution dan Halim (2026) juga menyoroti persoalan presentasi diri digital dalam kaitannya dengan budaya generasi muda, sehingga penggunaan media digital perlu dipahami secara kritis agar tidak menjadikan tampilan virtual sebagai satu-satunya dasar dalam menilai diri. Permasalahan menjadi semakin penting ketika modifikasi penampilan digital berkaitan dengan kondisi kepercayaan diri pengguna. Filter wajah dapat memberikan pengalaman visual yang berbeda antara wajah natural dan wajah yang telah dimodifikasi, sehingga penggunaan secara berulang berpotensi berkaitan dengan cara individu mengevaluasi penampilannya. Putri et al. (2026) secara khusus mengkaji paparan *digital beauty filters* dalam kaitannya dengan *self-confidence*, sehingga memperlihatkan bahwa filter kecantikan merupakan variabel yang relevan dalam pembahasan kepercayaan diri. Temuan mengenai pengguna filter Instagram juga menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan filter dan kondisi psikologis tidak dapat dilepaskan dari aspek citra diri. Wulandari et al. (2024) mengkaji penggunaan filter Instagram dari perspektif citra diri, sehingga memperkuat pentingnya melihat teknologi modifikasi wajah sebagai bagian dari pengalaman psikologis pengguna media sosial.

Selain penggunaan filter, citra tubuh dan penilaian terhadap penampilan juga menjadi aspek penting dalam memahami kepercayaan diri remaja perempuan. Ketika seseorang memiliki perhatian yang tinggi terhadap bagaimana dirinya terlihat di hadapan orang lain, representasi visual di media sosial dapat menjadi salah satu sarana untuk mengelola kesan tersebut. Jannah et al. (2023) membahas hubungan *self-esteem* dengan *body image* pada remaja perempuan yang menggunakan filter Instagram, sehingga menunjukkan keterkaitan antara evaluasi diri dan persepsi terhadap penampilan dalam konteks penggunaan filter. Kondisi tersebut menjadi penting karena kepercayaan diri yang sehat idealnya tidak hanya bergantung pada tampilan yang telah dimodifikasi secara digital. Prawira dan Kesumaningsari (2025) juga menempatkan *online self-presentation* sebagai fenomena yang berkaitan dengan lingkungan sosial dan penerimaan dalam perkembangan remaja, sehingga faktor relasional perlu dipertimbangkan dalam memahami perilaku presentasi diri secara daring.

Meskipun penelitian mengenai media sosial, citra tubuh, presentasi diri, dan kepercayaan diri telah berkembang, masih terdapat ruang penelitian mengenai penggunaan filter wajah sebagai variabel yang lebih spesifik. Sebagian penelitian terdahulu menempatkan *body image*, *self-esteem*, intensitas penggunaan media sosial, atau presentasi diri sebagai fokus utama, sedangkan frekuensi penggunaan filter wajah belum banyak ditempatkan sebagai variabel independen yang secara khusus diuji terhadap *self-confidence* pada siswi sekolah menengah pertama. Sapitri et al. (2026) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan Instagram, perbandingan sosial, dan *body image* dapat ditempatkan secara bersamaan dalam pembahasan kepercayaan diri, tetapi konteks tersebut berbeda dari fokus penelitian mengenai frekuensi penggunaan filter wajah pada siswi SMP. Dengan demikian, masih diperlukan penelitian yang secara lebih terarah menguji apakah semakin sering penggunaan filter wajah berkaitan dengan tingkat *self-confidence* remaja perempuan. Celah tersebut menjadi semakin penting karena usia





remaja awal merupakan periode ketika penilaian terhadap penampilan dan penerimaan sosial dapat memiliki arti penting dalam perkembangan psikologis.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini memfokuskan perhatian pada frekuensi penggunaan filter wajah di TikTok dan tingkat *self-confidence* murid perempuan kelas VIII di SMP Negeri 9 Tegal. Studi pendahuluan yang dilakukan pada Maret–April 2026 terhadap 100 murid perempuan menunjukkan bahwa 89% responden aktif menggunakan filter wajah, 47,3% menggunakannya lebih dari lima kali dalam seminggu, dan 49,1% menghabiskan lebih dari dua jam sehari dengan filter tersebut. Selain itu, 38,4% responden menyatakan merasa kurang percaya diri tanpa filter dan 37,5% merasa ragu tampil di depan kamera dengan wajah natural, sehingga fenomena tersebut menunjukkan adanya persoalan yang relevan untuk dikaji secara empiris. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian frekuensi penggunaan filter wajah sebagai variabel independen spesifik terhadap *self-confidence* pada murid perempuan tingkat SMP, bukan sekadar mengukur penggunaan media sosial atau *body image* secara umum. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat frekuensi penggunaan filter wajah di TikTok, mengidentifikasi tingkat *self-confidence* murid perempuan kelas VIII di SMP Negeri 9 Tegal, serta menganalisis pengaruh frekuensi penggunaan filter wajah terhadap tingkat *self-confidence* mereka.

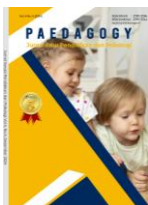
## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *ex post facto* untuk menganalisis pengaruh frekuensi penggunaan filter wajah di TikTok terhadap *self-confidence* murid perempuan kelas VIII di SMP Negeri 9 Tegal tanpa memberikan perlakuan atau manipulasi terhadap variabel penelitian. Populasi penelitian terdiri atas 108 siswi kelas VIII yang tersebar pada kelas VIII A sampai VIII G. Sampel sebanyak 73 siswi ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria aktif menggunakan aplikasi TikTok dan menggunakan fitur filter wajah berdasarkan hasil penjarangan data awal. Pengumpulan data dilakukan menggunakan dua instrumen berbentuk skala psikologi dengan model Likert, yaitu Skala Frekuensi Penggunaan Filter Wajah sebagai variabel bebas (X) dan Skala *Self-Confidence* sebagai variabel terikat (Y). Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, kedua instrumen diuji validitas dan reliabilitas untuk memastikan setiap butir layak digunakan dan memiliki konsistensi internal yang memadai. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 27 melalui analisis deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menentukan kategori tingkat frekuensi penggunaan filter wajah dan *self-confidence* siswi. Analisis inferensial diawali dengan uji asumsi berupa uji normalitas dan linearitas sebagai prasyarat analisis regresi. Setelah data memenuhi prasyarat, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui arah dan besaran hubungan pengaruh variabel X terhadap Y, dilanjutkan dengan uji-t untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui kontribusi variabel frekuensi penggunaan filter wajah terhadap *self-confidence*. Seluruh pengujian menggunakan taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Penelitian diawali dengan proses penyaringan terhadap seluruh murid perempuan kelas VIII di SMP Negeri 9 Tegal untuk memperoleh responden yang sesuai dengan kriteria



penelitian, yaitu aktif menggunakan TikTok dan fitur filter wajah. Populasi awal berjumlah 108 siswi yang tersebar pada kelas VIII A sampai VIII G, kemudian diperoleh 73 siswi yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Distribusi sampel pada setiap kelas ditampilkan pada Tabel 1. Penyajian distribusi ini diperlukan untuk memberikan gambaran mengenai sebaran responden yang menjadi dasar analisis penelitian. Berdasarkan distribusi tersebut, jumlah responden berasal dari seluruh kelas VIII sehingga data penelitian tidak hanya merepresentasikan satu kelompok kelas tertentu.

**Tabel 1. Distribusi Sampel Penelitian**

| Kelas  | Jumlah |
|--------|--------|
| VIII A | 5      |
| VIII B | 12     |
| VIII C | 12     |
| VIII D | 13     |
| VIII E | 9      |
| VIII F | 13     |
| VIII G | 9      |
| Total  | 73     |

*Sumber: Data penelitian, diolah menggunakan SPSS 27.*

Setelah sampel ditetapkan, tahap berikutnya adalah memastikan kelayakan instrumen yang digunakan untuk mengukur kedua variabel penelitian. Uji coba instrumen dilakukan pada 32 siswi di luar sampel utama, dengan masing-masing variabel pada awalnya terdiri atas 80 butir pernyataan. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa 55 butir pada variabel frekuensi penggunaan filter wajah dan 64 butir pada variabel *self-confidence* memenuhi kriteria validitas. Selanjutnya, reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, dengan hasil yang disajikan pada Tabel 2. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat baik sehingga layak digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

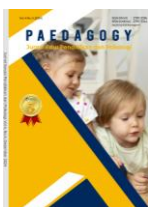
| Variabel                          | Cronbach's Alpha | Jumlah Item |
|-----------------------------------|------------------|-------------|
| Frekuensi penggunaan filter wajah | 0,935            | 80          |
| <i>Self-confidence</i>            | 0,927            | 80          |

*Sumber: Data olahan SPSS 27.*

Hasil pengukuran terhadap 73 responden kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memperoleh gambaran umum mengenai kedua variabel penelitian. Statistik yang diperoleh meliputi jumlah responden, skor minimum, skor maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi. Ringkasan hasil analisis deskriptif disajikan pada Tabel 3. Data menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki penyebaran skor yang relatif terkendali karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai rata-ratanya. Temuan deskriptif tersebut menjadi dasar untuk melanjutkan analisis pada tahap pengujian asumsi dan hipotesis penelitian.

**Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

| Variabel | N | Minimum | Maksimum | Mean | Std. Deviation |
|----------|---|---------|----------|------|----------------|
|----------|---|---------|----------|------|----------------|



|                                          |    |     |     |        |       |
|------------------------------------------|----|-----|-----|--------|-------|
| <b>Frekuensi penggunaan filter wajah</b> | 73 | 120 | 152 | 135,63 | 7,226 |
| <b>Self-confidence</b>                   | 73 | 142 | 176 | 159,74 | 7,572 |

Sumber: Data olahan SPSS 27.

Sebelum pengujian regresi dilakukan, data terlebih dahulu diperiksa melalui uji asumsi. Uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa data pada kedua variabel memenuhi asumsi distribusi normal karena nilai signifikansinya berada di atas 0,05. Selanjutnya, uji linearitas digunakan untuk memastikan bahwa hubungan antara frekuensi penggunaan filter wajah dan *self-confidence* memenuhi pola linear. Hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,806, sehingga hubungan kedua variabel dinyatakan linear. Dengan terpenuhinya kedua asumsi tersebut, data dinilai memenuhi prasyarat untuk dilanjutkan pada analisis regresi linear sederhana.

**Tabel 4. Hasil Uji Asumsi**

| Uji                 | Indikator                | Sig.  | Keterangan |
|---------------------|--------------------------|-------|------------|
| <b>Normalitas X</b> | Shapiro-Wilk             | 0,469 | Normal     |
| <b>Normalitas Y</b> | Shapiro-Wilk             | 0,345 | Normal     |
| <b>Linearitas</b>   | Deviation from Linearity | 0,806 | Linear     |

Sumber: Data olahan SPSS 27.

Setelah persyaratan analisis terpenuhi, pengujian dilanjutkan dengan regresi linear sederhana untuk mengetahui arah dan besaran pengaruh frekuensi penggunaan filter wajah terhadap *self-confidence*. Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien regresi bernilai positif, sehingga peningkatan skor penggunaan filter wajah diikuti peningkatan skor *self-confidence* dalam model penelitian. Nilai koefisien regresi dan koefisien beta standar menunjukkan adanya hubungan positif antara kedua variabel. Ringkasan hasil regresi linear sederhana disajikan pada Tabel 5. Temuan ini memberikan dasar empiris untuk selanjutnya menguji signifikansi pengaruh melalui uji-t.

**Tabel 5. Hasil Regresi Linear Sederhana**

| Model                         | B      | Std. Error | Beta  | t     | Sig.  |
|-------------------------------|--------|------------|-------|-------|-------|
| <b>Konstanta</b>              | 60,553 | 12,099     | —     | 5,005 | 0,000 |
| <b>Filter wajah di TikTok</b> | 0,731  | 0,089      | 0,698 | 8,210 | 0,000 |

Sumber: Data olahan SPSS 27.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji-t pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *t* hitung lebih besar daripada *t* tabel dan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara frekuensi penggunaan filter wajah di TikTok dan *self-confidence* murid perempuan kelas VIII di SMP Negeri 9 Tegal. Besarnya kemampuan model dalam menjelaskan variasi *self-confidence* kemudian diuji melalui koefisien determinasi. Hasil tersebut disajikan pada Tabel 6 untuk memperlihatkan kontribusi variabel frekuensi penggunaan filter wajah terhadap variabel *self-confidence*.





**Tabel 6. Hasil Uji-t dan Koefisien Determinasi**

**Pengujian Nilai**

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| t hitung                | 8,210 |
| t tabel                 | 1,994 |
| Sig.                    | 0,000 |
| R                       | 0,698 |
| R <sup>2</sup>          | 0,487 |
| Adjusted R <sup>2</sup> | 0,480 |

Sumber: Data olahan SPSS 27.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, model penelitian memiliki kemampuan menjelaskan variasi *self-confidence* melalui variabel frekuensi penggunaan filter wajah di TikTok. Nilai R menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara kedua variabel, sedangkan nilai R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan filter wajah memberikan kontribusi sebesar 48,7% terhadap variasi *self-confidence*. Dengan demikian, masih terdapat 51,3% variasi *self-confidence* yang berkaitan dengan faktor lain di luar model penelitian. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan filter wajah merupakan variabel yang secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-confidence* pada sampel penelitian. Temuan ini selanjutnya menjadi dasar untuk membahas makna hasil penelitian dan mengaitkannya dengan penelitian terdahulu.

### Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan filter wajah di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-confidence* murid perempuan kelas VIII SMP Negeri 9 Tegal. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan filter wajah, semakin tinggi pula skor *self-confidence* yang ditunjukkan oleh responden dalam konteks penelitian ini. Kondisi tersebut dapat dipahami karena filter wajah memberikan kesempatan kepada remaja untuk mengatur tampilan visual sebelum ditampilkan kepada orang lain. Daud et al. (2026) menunjukkan bahwa penggunaan *face filter* di TikTok berkaitan dengan pembentukan *self-image* dan pola komunikasi pengguna dalam menampilkan dirinya di ruang digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa filter wajah tidak hanya berfungsi sebagai fitur hiburan, tetapi juga dapat menjadi bagian dari proses pembentukan dan penyajian citra diri remaja di media sosial.

Pengaruh tersebut dapat dijelaskan melalui kemampuan filter untuk menyediakan tampilan wajah yang dianggap lebih sesuai dengan harapan pengguna. Filter kecantikan memungkinkan pengguna melakukan perubahan visual secara instan sehingga perbedaan antara tampilan wajah aktual dan tampilan digital dapat dikelola sesuai dengan preferensi pribadi. Doh et al. (2025) menunjukkan adanya paradoks pada teknologi filter kecantikan, yaitu kemampuan filter menghasilkan perubahan penampilan yang sangat ideal sekaligus memperlihatkan persoalan mengenai representasi wajah yang telah direayasa secara digital. Dalam konteks penelitian ini, kemampuan tersebut dapat memberikan rasa nyaman ketika murid perempuan melakukan presentasi diri melalui kamera atau mengunggah konten di TikTok. Oleh karena itu, hubungan positif yang ditemukan dapat dimaknai sebagai indikasi bahwa penggunaan filter



menjadi salah satu sarana yang membantu responden merasa lebih siap dan yakin ketika menampilkan dirinya secara virtual.

Temuan penelitian juga berkaitan dengan konstruksi standar kecantikan yang berkembang melalui konten TikTok. Representasi tubuh dan penampilan yang berulang di media sosial dapat menciptakan gambaran mengenai karakteristik fisik yang dianggap menarik dan ideal oleh pengguna. Khasanah dan Budirahayu (2025) menunjukkan bahwa representasi tubuh perempuan di TikTok merupakan bagian dari proses konstruksi sosial mengenai bagaimana tubuh perempuan ditampilkan dan dipersepsikan dalam ruang digital. Dalam kondisi tersebut, filter wajah dapat digunakan untuk menyesuaikan tampilan diri dengan gambaran kecantikan yang banyak ditemukan dalam lingkungan media sosial. Hal ini membantu menjelaskan mengapa frekuensi penggunaan filter dapat memiliki keterkaitan dengan *self-confidence*, karena tampilan digital yang dianggap lebih sesuai dengan standar yang berlaku dapat meningkatkan kenyamanan individu ketika melakukan presentasi diri secara daring.

Hasil penelitian selanjutnya dapat dipahami melalui perubahan cara remaja mengevaluasi penampilan dirinya setelah menggunakan teknologi modifikasi visual. Filter yang menghasilkan bentuk wajah lebih ramping atau tampilan yang lebih halus dapat membuat pengguna melihat representasi dirinya melalui standar visual yang berbeda dari kondisi alami. Schroeder dan Behm-Morawitz (2025) menunjukkan bahwa *slimming beauty filters* berkaitan dengan berbagai aspek pengalaman terhadap tubuh, termasuk citra tubuh, keinginan menurunkan berat badan, dan *self-objectification*. Temuan tersebut memberikan konteks bahwa filter kecantikan dapat memengaruhi cara seseorang memandang penampilan fisiknya, meskipun dampak psikologisnya tidak selalu berada pada arah yang sama. Dalam penelitian ini, hubungan positif dengan *self-confidence* menunjukkan bahwa bagi responden, pengalaman menggunakan filter pada saat pengambilan atau penyajian konten dapat memberikan rasa percaya diri dalam lingkungan virtual.

Hubungan positif tersebut juga perlu dipahami dalam konteks perkembangan psikologis remaja perempuan yang masih membangun konsep diri. Pada masa ini, penampilan fisik dan penerimaan sosial dapat menjadi aspek penting dalam proses evaluasi diri sehingga teknologi yang memungkinkan pengaturan penampilan dapat memiliki arti psikologis bagi penggunanya. Dw dan Subriadi (2024) melalui kajian sistematis menunjukkan bahwa penggunaan filter media sosial pada remaja perempuan berkaitan dengan persepsi tubuh dan kesejahteraan psikologis. Temuan tersebut mendukung pemahaman bahwa pengalaman menggunakan filter tidak dapat dipisahkan dari cara remaja memandang tubuh dan dirinya sendiri. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dimaknai bahwa filter wajah menjadi salah satu lingkungan digital tempat murid perempuan mengelola pengalaman terhadap penampilan dan kepercayaan dirinya.

Dari sisi lingkungan sosial, penggunaan filter wajah juga dapat dipengaruhi oleh standar kecantikan yang berkembang secara kolektif di TikTok. Paparan terhadap konten yang menampilkan wajah dan penampilan ideal secara terus-menerus dapat membuat karakteristik visual tertentu dipersepsikan sebagai bentuk penampilan yang diharapkan. Wiana et al. (2025) menjelaskan bahwa TikTok berperan dalam konstruksi sosial standar kecantikan di kalangan Generasi Z pada era digital. Kondisi tersebut dapat mendorong remaja untuk menggunakan filter sebagai cara menyesuaikan representasi dirinya dengan standar visual yang berkembang dalam lingkungan digital. Oleh sebab itu, frekuensi penggunaan filter dalam penelitian ini tidak hanya dapat dipahami sebagai kebiasaan individual, tetapi juga sebagai perilaku yang berlangsung dalam konteks sosial dan budaya media digital.



Namun, hasil penelitian perlu dipahami secara hati-hati karena *self-confidence* yang tinggi dalam konteks virtual tidak selalu identik dengan kepercayaan diri yang sepenuhnya terbentuk dari penerimaan diri secara natural. Ketika penerimaan sosial menjadi salah satu dasar evaluasi penampilan, terdapat kemungkinan bahwa kenyamanan menggunakan filter berkaitan dengan kemampuan menampilkan diri sesuai dengan standar yang dianggap ideal. Yanti et al. (2026) menunjukkan adanya keterkaitan antara penerimaan sosial dan ketidakpuasan terhadap penampilan ideal dalam konteks standar kecantikan media sosial TikTok. Di sisi lain, penelitian mengenai filter Instagram menunjukkan bahwa filter dapat berperan dalam membangun kepercayaan diri remaja melalui perubahan pengalaman mereka ketika menampilkan diri secara digital. Sahputra et al. (2023) memperlihatkan bahwa penggunaan filter Instagram memiliki peran dalam pembentukan kepercayaan diri remaja, sehingga temuan tersebut memberikan dukungan terhadap hasil penelitian ini sekaligus menunjukkan bahwa efek filter perlu dipahami berdasarkan konteks penggunaan dan lingkungan sosial penggunaannya.

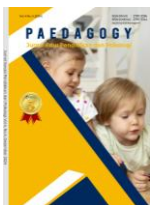
Implikasi temuan ini juga menunjukkan pentingnya kemampuan remaja dalam memahami teknologi filter secara kritis. Tingginya *self-confidence* yang muncul dalam lingkungan virtual sebaiknya tidak membuat remaja sepenuhnya bergantung pada modifikasi visual untuk merasa yakin terhadap dirinya sendiri. Kemampuan literasi digital diperlukan agar siswa dapat membedakan antara representasi digital yang telah dimodifikasi dan kondisi fisik yang sebenarnya. Cantika et al. (2026) menekankan pentingnya literasi digital dan sikap kritis siswa SMP dalam menyaring informasi di lingkungan media sosial. Dalam perspektif yang lebih luas, Agma (2025) menjelaskan bahwa media sosial turut berperan dalam pembentukan identitas digital remaja, sehingga penggunaan filter perlu ditempatkan sebagai bagian dari proses presentasi diri yang tetap memerlukan kesadaran terhadap identitas diri di luar ruang digital.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan filter wajah di TikTok telah menjadi bagian dari pola presentasi diri murid perempuan kelas VIII SMP Negeri 9 Tegal dalam lingkungan digital. Tingginya penggunaan filter tidak hanya mencerminkan popularitas fitur teknologi, tetapi juga menunjukkan bahwa rekayasa visual dapat menjadi sarana bagi remaja untuk mengelola penampilan dan membangun rasa percaya diri ketika menampilkan diri secara virtual. Hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan frekuensi penggunaan filter wajah terhadap *self-confidence*, sehingga filter dapat memberikan rasa percaya diri yang lebih kuat dalam konteks interaksi digital. Temuan ini sekaligus menunjukkan bahwa kepercayaan diri yang muncul melalui media digital perlu dipahami secara kritis karena dapat berkaitan dengan ketergantungan pada representasi visual yang telah dimodifikasi. Oleh karena itu, penggunaan filter wajah sebaiknya tidak diarahkan pada penolakan terhadap teknologi, tetapi diimbangi dengan penerimaan diri, kesadaran terhadap standar kecantikan digital, dan kemampuan literasi digital yang memadai.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi bagi lingkungan sekolah, orang tua, dan pendidik untuk memberikan pendampingan yang membantu remaja membangun kepercayaan diri yang tidak semata-mata bergantung pada penampilan digital. Literasi digital dan pendidikan mengenai citra diri dapat dikembangkan sebagai upaya agar murid mampu menggunakan fitur media sosial secara lebih kritis dan proporsional. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian dengan mempertimbangkan faktor lain yang belum dianalisis dalam

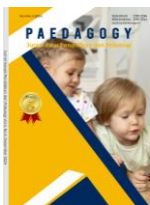




penelitian ini, seperti *body image*, *self-esteem*, perbandingan sosial, penerimaan teman sebaya, validasi sosial, dan intensitas penggunaan media sosial. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan longitudinal atau melibatkan responden dari kelompok usia dan konteks sekolah yang berbeda untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai perubahan kepercayaan diri akibat penggunaan filter wajah. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kajian mengenai hubungan antara teknologi manipulasi visual, presentasi diri digital, dan perkembangan psikologis remaja.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agma, A. R. (2025). Peran media sosial dalam membangun identitas digital remaja di era postmodern. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 1(1), 24–31.  
<http://jurnal.pustakabangsaindonesia.com/index.php/jikom/article/view/49>
- Az-zahra, H., Mustofa, H. N., Mardiana, D., & Safitri, S. A. (2026). Hubungan antara frekuensi update status di Instagram dengan kebutuhan validasi diri pada remaja usia 10–24 tahun yang belum menikah. *Komunikultur: Jurnal Komunikasi, Media dan Budaya*, 2(2), 105–118. <https://doi.org/10.65340/hsma1x94>
- Cantika, S. M., Kurniati, T., Nurhaliza, S., Babo, V. L. S., & Rosmiati, Y. (2026). Literasi digital, intensitas media sosial, dan sikap kritis siswa SMP dalam menyaring informasi. *PIJAR: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 4(3), 1093–1107.  
<https://doi.org/10.58540/pijar.v4i3.1928>
- Chairanni, A. Z., Indriani, A. F., Silalahi, E. Y., Azzura, L., & Azzalfa, R. W. (2026). The impact of social media use and digital literacy on adolescents' self-disclosure. *Herodotus: Jurnal Pendidikan IPS*, 9(2), 239–245.  
<https://doi.org/10.30998/herodotus.v9i2.4491>
- Daud, R. F., Rohmah, S., & Nur, M. (2026). The impact of face filter use on self-image and narcissistic communication on TikTok. *Communications*, 8(1), 88–108.  
<https://doi.org/10.21009/communications.8.1.5>
- Doh, M., Canali, C., & Oliver, N. (2025). What TikTok claims, what Bold Glamour does: A filter's paradox. In *Proceedings of the 2025 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (pp. 1902–1915).  
<https://doi.org/10.1145/3715275.3732126>
- Dw, B. H., & Subriadi, A. P. (2024). The impact of social media filters on body perception and psychological well-being in adolescent girls: Systematic literature review. In *2024 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Information System (ICIMCIS)* (pp. 423–428). IEEE.  
<https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/10956368>
- Jannah, M., Minarni, M., & Saudi, A. N. A. (2023). Hubungan *self-esteem* dengan *body image* pada remaja wanita yang menggunakan filter Instagram. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(2), 340–346. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2332>
- Khairunnisa, N. Z., Salsabila, N. N., & Salsabilah, N. (2026). Persepsi mahasiswa perempuan terhadap keberadaan akun Instagram @umcantik\_id. *Jurnal Wanita dan Keluarga*, 7(1), 103–125. <https://doi.org/10.22146/jwk.27277>
- Khasanah, S. U., & Budirahayu, T. (2025). Representation of womens bodies on TikTok social media. *Journal of Urban Sociology*, 13–24. <https://doi.org/10.30742/jus.v1i1.4045>



- Nasution, E. S., & Halim, A. (2026). Toward a Qur'anic ethics of digital self-presentation: M. Quraish Shihab's interpretation of Q. 31:18 and Generation Z's flexing culture: Etika Qur'ani tentang presentasi diri di ruang digital: Penafsiran M. Quraish Shihab terhadap QS Luqman (31):18 dan budaya flexing Generasi Z. *Takwil: Journal of Quran and Hadith Studies*, 5(1), 36–59. <https://doi.org/10.32939/twl.v5i1.7115>
- Prawira, M. A., & Kesumaningsari, N. P. A. (2025). The role of parental acceptance-rejection on online self-presentation among late adolescences Instagram user. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 12(2), 182–205. <https://doi.org/10.24854/jpu1136>
- Putri, N. A., Ramadhani, N. F., Juliati, R. A., & Nuzulia, N. (2026). Pengaruh paparan digital beauty filters terhadap self confidence pada mahasiswi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(3), 1184–1194. <https://doi.org/10.37481/jmh.v6i3.2146>
- Sahputra, D., Al Hafidz, H., Wardani, Y. R., & YuliantiYulianti, D. (2023). The role of Instagram filters in building adolescent confidence at UIN North Sumatra. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia*, 9(1), 98–103. <https://doi.org/10.31602/jmbkan.v9i1.9125>
- Safitri, A. A., & Mardhiah, D. (2026). Interaksi virtual mahasiswa pengguna TikTok pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 9(2), 240–254. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v9i2.1182>
- Santoso, A. S. A., Yassa, I. W. R. W., Putri, D. A., & Ningsih, N. A. A. (2025). The impact of fear of missing out on self-confidence among Generation Z in the social media era. *Jurnal Biologi Tropis*, 25(4), 5659–5767. <https://doi.org/10.29303/jbt.v25i4.10134>
- Sapitri, A., Aulia, M. D., Amalia, Z., Alpariji, M., & Maharani, D. S. (2026). Pengaruh intensitas penggunaan Instagram, perbandingan sosial, dan body image terhadap tingkat kepercayaan diri mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. *El-Mubarak: Islamic Studies Journal*, 3(1), 71–81. <https://doi.org/10.70656/emisja.v3i1.728>
- Schroeder, M., & Behm-Morawitz, E. (2025). Digitally curated beauty: The impact of slimming beauty filters on body image, weight loss desire, self-objectification, and anti-fat attitudes. *Computers in Human Behavior*, 165, 108519. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S074756322400387X>
- Wang, D., Song, S., Chan, F. F. Y., & Feng, L. (2023). The impact of impression construction consumption on social identity: A study on Chinese female professionals. *Journal of Social Marketing*, 13(2), 194–217. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-03-2022-0066>
- Wiana, A. R., Puspita, S. D., & Syahril, A. (2025). TikTok dan konstruksi sosial standar kecantikan perspektif Gen Z di era digital. *Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 76–87. <https://doi.org/10.71242/vwjjgn31>
- Wulandari, T. A., Mubina, N., & Leometa, C. H. (2024). Apakah pengguna filter Instagram tidak percaya diri?: Ditinjau dari citra diri. *GUIDENA: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling*, 14(4), 940–949. <https://doi.org/10.24127/gdn.v14i4.10861>
- Yanti, A., Fitriani, A., & Izzati, I. D. C. (2026). Hubungan antara penerimaan sosial dan ketidakpuasan penampilan ideal pada mahasiswa: Dampak standar kecantikan media sosial TikTok. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 5(2), 1882–1894. <https://doi.org/10.55681/sentri.v5i2.5776>