

Apakah Pengguna Filter Instagram Tidak Percaya Diri? : Ditinjau dari Citra Diri

Tasya Ayu Wulandari^{1*}, Nuram Mubina¹, Citra Hati Leometa¹

[1] Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

Abstract

In the current digital era, Instagram has become one of the most popular social media applications, especially with its filters that enhance photo results. The use of these filters not only influences visual appearance but also significantly impacts psychological aspects, including self-confidence and self-image. This research aims to explore the influence of self-image on self-confidence among early adult women who use Instagram filters in Karawang Regency. The research methodology employed is quantitative with an associative causal design. Sampling is conducted using non-probability sampling via convenience sampling. The sample size of 160 participants is determined using the Lemeshow formula. Instruments used include a self-confidence scale based on Lauster's theory and a self-image scale based on Jersild's theory, both constructed by the researcher. Hypothesis testing indicates a positive relationship between self-image and self-confidence. The coefficient of determination reveals that self-image contributes 48.8% to self-confidence.

Keywords: Self-Image; Self-Confidence; Early Adult Women; Instagram Filter Users

Article Info

Artikel History: Submitted: 2024-07-23 | Published: 2024-12-30

DOI: <http://dx.doi.org/10.24127/gdn.v14i4.10861>

Vol 14, No 4 (2024) Page: 940 - 949

(*) Corresponding Author: Tasya Ayu Wulandari, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia, Email: ps20.tasyawulandari@mhs.ubpkarawang.ac.id



Ini adalah artikel akses terbuka yang disebarluaskan di bawah ketentuan [Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi 4.0](#), yang mengizinkan penggunaan, penyebaran, dan reproduksi tanpa batasan di media mana pun dengan mencantumkan karya asli secara benar.

PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi mengalami perkembangan yang begitu pesat, memunculkan sarana komunikasi utama yaitu media sosial. Antony Mayfield (dalam Doni & Faqih, 2017) menyebutkan aplikasi media sosial yang banyak diminati salah satunya adalah Instagram, yang memudahkan penggunaannya berpartisipasi untuk berbagi kegiatan yang dilakukannya seperti mengirimkan pesan, suara dan fitur lainnya. Data yang diperoleh oleh Napoleon Cat (Rizaty, 2024) pada Desember 2023, terdapat 89.67 juta pengguna Instagram di Indonesia. Menurut Feroza dan Misnawati (2020) Instagram merupakan aplikasi untuk mengabadikan foto, menggunakan filter digital, lalu membagikannya.

Saat ini filter digital menjadi salah satu fitur Instagram yang banyak diminati penggunanya, karena Instagram terus menerus mengikuti *trend* publik sehingga kreator filter digital mengalami pertumbuhan dari segi kualitas dan kuantitas yang membuat variasi filter digital, bukan hanya digunakan oleh para penggunanya tapi juga mampu meningkatkan kreativitas pengguna untuk membuat ragam konten yang menarik bagi para pengguna lainnya (Hunaifi, 2023). Sebuah studi yang dilakukan oleh City University London (Haq, 2021) terhadap 175 wanita muda menunjukkan bahwa 90% menggunakan filter atau mengedit foto mereka sebelum mempostingnya.

Berdasarkan data yang diperoleh Napoleon Cat (Rizaty, 2024) pada Desember 2023, pengguna Instagram di Indonesia juga didominasi oleh wanita dengan persentase sebesar 54.80% dalam rentang usia 25 sampai 34 tahun sebesar 39.6% dan pengguna pada rentang usia 18 hingga 24 tahun sebesar 33.1%. Menurut Papalia dkk. (2017) usia 20 sampai 40 tahun termasuk kedalam masa dewasa awal atau *young adulthood*. Masa dewasa awal yang terjadi pada wanita membuatnya lebih memperhatikan penampilan untuk menunjang aktivitas sehari-hari, karena sangat mempengaruhi kehidupan sosial individu tersebut (Santoso dkk., 2020). Lalu, Jannah dkk. (2021) menambahkan bahwa terdapat beberapa karakteristik pada masa dewasa awal, seperti perkembangan fisik yang menunjukkan penampilan sempurna dengan artian bahwa pertumbuhan dan perkembangan fisiologis telah mencapai puncak.

Dalam hasil survei *online* pra-penelitian pada Desember 2023 didapatkan jumlah partisipan sebanyak 63 wanita dan 20 pria dengan rentang usia 14 tahun sampai 34 tahun. Dengan hasil, 29 partisipan dalam kategori sering dan sangat sering mengunggah foto menggunakan filter di Instagram, dan 67 partisipan lainnya juga memilih penggunaan filter Instagram karena merasa menimbulkan rasa kepercayaan diri lebih saat mengunggah di Instagram. Hakim (dalam Putri & Swandi, 2023) mengatakan jika kepercayaan diri merupakan sebuah keyakinan dan sikap individu dalam melihat dirinya secara positif maupun negatif melalui proses yang pembentukan dan pembelajaran untuk kebahagiaan dirinya.

Sebanyak 55 partisipan menyebutkan alasan menggunakan filter Instagram karena memiliki obsesi dengan diri sendiri agar terlihat cantik, menutupi noda hitam dan tekstur wajah agar terlihat lebih menarik, serta meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu, hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada Januari 2024 kepada 5 wanita dewasa awal di Karawang menjelaskan jika alasan untuk memakai filter Instagram karena terlihat bekas jerawat, muka terlihat pucat, minyak dan pori-pori tampak nyata, bulu mata tidak lentik, dan kantung mata hitam. Dalam kehidupan sehari-hari hal yang dilakukan untuk menutupi itu dengan cara menggunakan *makeup*, melakukan botox wajah, menyambung bulu mata, memakai masker, sedangkan di Instagram mereka bisa dengan mudah mendapatkan itu semua menggunakan filter. Mengutip dari pernyataan Fardouly (dalam Salsabila, 2022) dimana pemicu utama dari penggunaan filter adalah ketidakpuasan diri, individu yang merasa tidak puas dengan dirinya, ingin terlihat cantik dan sempurna di depan orang lain. Hal ini yang membuat banyak wanita pengguna Instagram memilih untuk menggunakan filter guna menunjang kepercayaan dirinya.

Menurut Lauster (dalam Habibah & Dewi, 2019) kepercayaan diri adalah kualitas yang diperoleh seseorang selama masa hidupnya dan untuk mengembangkan kepercayaan diri yang memadai perlu dimulai dari dirinya. Lauster (dalam Ghufron & Risnawati, 2017) juga menyebutkan aspek-aspek kepercayaan diri antara lain keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistis. Carthy dan Jameson (dalam Imro'atun, 2017) menyatakan individu yang kurang percaya diri

sering kali tidak memiliki kemauan untuk mengambil tindakan, mendelegasikan, dan tetap membisu. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pada kenyataannya, pengguna filter Instagram adalah individu yang kepercayaan diri mereka sehari-hari terpengaruh ketika bentuk asli mereka tidak sama dengan bentuk filter Instagram (Sari & Susilawati, 2022).

Pernyataan yang disampaikan oleh Anthony (dalam Selvina & Yulinar, 2022) terdapat dua jenis unsur yang mempengaruhi kepercayaan diri meliputi internal, seperti penampilan, konsep diri, peristiwa kehidupan; dan eksternal, antara lain pekerjaan, pendidikan dan lingkungan sekitar. Menurut Ghufro dan Risnawita (dalam Selvina & Yulinar, 2022) konsep diri memiliki dua komponen yaitu afektif berupa harga diri dan kognitif berupa citra diri, yang menjadi unsur pengaruh bagi kepercayaan diri.

Jenis konsep diri, yang berhubungan dengan penerimaan sosial, psikologis, atau fisik, termasuk di dalamnya adalah citra diri (Andarwati, 2016). Menurut Jersild (dalam Lestari & Fitlya, 2021), citra diri adalah bagaimana individu memandang dirinya secara keseluruhan. Aspek-aspek citra diri yang disebutkan Jersild (dalam Ni'mah & Rohmatun, 2017), yaitu fisik, psikis dan sosial. Pra-penelitian yang peneliti lakukan dengan mengajukan pernyataan menggunakan aspek fisik, diperoleh hasil 52 responden dengan persentase 68.4% setuju pada pernyataan "penggunaan filter dapat menutupi kekurangan fisik saya" dan 54 responden dengan persentase 71.1% setuju dengan pernyataan "saat menggunakan filter, saya merasa terlihat cantik di Instagram". Hal ini didukung dengan pendapat Putri dan Swandi (2023) bahwa citra diri dapat terbentuk dari penilaian terhadap dirinya, citra diri akan rendah jika individu menilai penampilan fisiknya secara buruk atau negatif.

Menurut Lusi (dalam Selviana & Yulinar 2022) jika citra diri rendah atau negatif individu akan salah mengenal diri, memperlakukan diri, dan hidup dalam bayangan diri, sedangkan individu dengan citra diri positif atau tinggi dapat mengenal dirinya, memperlakukan dirinya dengan benar, dan hidup dengan diri sejati. Menurut penelitian sebelumnya oleh Sari dan Susilawati (2022), tujuan dari penggunaan filter Instagram adalah untuk meningkatkan kepercayaan diri dan harga diri siswa perempuan dengan membuat mereka merasa lebih menarik dan percaya diri. Maulida dkk. (2023) memberikan bukti bahwa ada hubungan antara citra diri dan kepercayaan diri di kalangan remaja di SMAN 1 Cilaku. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan diri dapat dipengaruhi oleh variabel citra diri.

Berdasarkan pemaparan yang disebutkan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah citra diri pada wanita dewasa awal di Kabupaten Karawang yang menggunakan filter Instagram berdampak pada tingkat kepercayaan diri mereka.

METODE

Desain Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. dimana angka-angka hasil pengukurannya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik (Azwar, 2019). Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kausal bertujuan untuk memastikan ada tidaknya pengaruh antara variabel independen dan dependen, serta tingkat signifikansi hubungan atau pengaruh tersebut (Sugiyono, 2016).

Partisipan

Partisipan dalam penelitian ini adalah wanita dewasa awal dengan rentang usia antara 20 tahun hingga 40 tahun yang menggunakan filter Instagram yang berdomisili di Kabupaten

Karawang. Pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, dimana tidak semua individu dalam populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2016). Teknik yang digunakan yaitu teknik *convenience sampling*, di mana peneliti memilih sampel berdasarkan keadaan dan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2016). Populasi pada penelitian ini sulit dilacak jumlah pastinya, ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow*, yang menghasilkan jumlah partisipan sebanyak 160 orang.

Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini meliputi skala kepercayaan diri yang dikonstruksi oleh peneliti berdasarkan Teori Lauster (dalam Ghufroon & Risnawati, 2017) yang mengukur aspek-aspek keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional, dan realistis, serta skala citra diri berdasarkan Teori Jersild (dalam Ni'mah & Rohmatun, 2017) yang mengukur aspek-aspek citra diri dari aspek fisik, psikis, dan sosial.

Validitas dan reliabilitas kedua alat ukur tersebut telah dibuktikan ketika diuji coba pada 60 wanita dewasa awal yang menggunakan filter Instagram di luar Kabupaten Karawang. Skala kepercayaan diri berisi 27 item yang valid dengan skor pada *item-rest correlation* berkisar antara 0.337 hingga 0.517 dan reliabilitas *cronbach alpha* sebesar 0.882. Sedangkan pada skala citra diri berisi 15 item yang valid dengan skor pada *item-rest correlation* berkisar antara 0.332 hingga 0.568 dan reliabilitas *cronbach alpha* sebesar 0.806.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya yaitu uji normalitas dengan rumus *Kolmogorov-Smirnov*, uji linieritas untuk menilai hubungan linear antara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2016), uji hipotesis menggunakan uji regresi sederhana untuk memperkirakan kriteria nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen (Sugiyono, 2016), dan dua teknik analisis data tambahan: uji koefisien determinasi, yang memastikan sebesar apa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan uji kategorisasi untuk mengelompokkan individu ke dalam posisi kedudukan berdasarkan atribut yang diukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Data Demografi

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	20-24	124	77.50%
2	25-29	33	20.60%
3	30-34	3	1.90%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa gambaran umum usia kelompok sampel wanita dewasa awal pengguna Instagram di Kabupaten Karawang berada dalam rentang usia 10-24 tahun sebanyak 77.50%, rentang usia 25-29 tahun sebanyak 20.60% dan sisanya di rentang usia 30-34 tahun 1.90%.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Kepercayaan Diri dan Citra Diri

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.06467754
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.049
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
Exact Sig. (2-tailed)		.673
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.200 > 0.05 maka variabel citra diri dan kepercayaan diri berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Linieritas Kepercayaan Diri dan Citra Diri

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPERCAYAAN DIRI * CITRA DIRI	Between Groups	(Combined)	9101.853	28	325.066	6.645	.000
		Linearity	7574.856	1	7574.856	154.839	.000
		Deviation from Linearity	1526.996	27	56.555	1.156	.289
	Within Groups		6408.641	131	48.921		
	Total		15510.494	159			

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa terdapat nilai linearitas yang signifikan yaitu $0.00 < 0.05$. Dengan kata lain, hubungan antara citra diri (X) dan kepercayaan diri (Y) adalah linier.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Kepercayaan Diri dan Citra Diri

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.444	3.837		7.935	.000
	CITRA DIRI	1.108	.090	.699	12.281	.000

a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN DIRI

Dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ untuk variabel citra diri, yang berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara citra diri dan kepercayaan diri wanita dewasa awal di Kabupaten Karawang yang menggunakan filter Instagram. Hal ini menghasilkan persamaan berikut untuk fungsi regresi linier sederhana:

$$Y = 30.444 + 1.108x$$

Berdasarkan nilai koefisien (b) sebesar 1.108, yang berarti kepercayaan diri meningkat sebesar satu unit untuk setiap peningkatan satu unit dalam citra diri. Koefisien menunjukkan kontribusi antara citra diri dan kepercayaan diri bernilai positif.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Kepercayaan Diri dan Citra Diri

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.488	.485	7.087
a. Predictors: (Constant), CITRA DIRI				
b. Dependent Variable: KEPERCAYAAN DIRI				

Nilai korelasi atau *R Square* antara variabel citra diri dan kepercayaan diri adalah 0.448, seperti yang ditunjukkan tabel di atas. Artinya, 48.8% kepercayaan diri dipengaruhi oleh citra diri seseorang, sedangkan 51.2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 6. Hasil Kategorisasi Kepercayaan Diri

Kategorisasi Kepercayaan diri					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negatif	17	10.6	10.6	10.6
	Positif	143	89.4	89.4	100.0
Total		160	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil uji kategorisasi, diketahui bahwa gambaran umum kepercayaan diri dalam kelompok sampel wanita dewasa awal pengguna Instagram di Kabupaten Karawang berada dalam kategori positif sebanyak 89.4%, sedangkan sisanya sebesar 10.6% berada dalam kategori negatif.

Tabel 7. Hasil Kategorisasi Citra Diri

Kategorisasi Citra diri					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negatif	32	20.0	20.0	20.0
	Positif	128	80.0	80.0	100.0
Total		160	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil uji kategorisasi, diketahui bahwa gambaran umum citra diri kelompok sampel wanita dewasa awal pengguna Instagram di Kabupaten Karawang berada dalam kategori positif sebanyak 80%, sedangkan sisanya sebesar 20% berada dalam kategori negatif.

Temuan dari analisis regresi sederhana dalam penelitian ini adalah nilai sig 0.000 <0.05 yang mendukung hipotesis bahwa adanya pengaruh antara citra diri dan kepercayaan diri. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Selviana dan Yulinar (2022), menyebutkan bahwa salah satu faktor yang memiliki pengaruh kepercayaan diri adalah citra diri, hasil dari penelitian itu menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dengan arah positif pada *self image* terhadap kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto *selfie* di media sosial Instagram. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri & Swandi (2023), bahwa citra diri berkontribusi pada peningkatan kepercayaan diri pada remaja yang bekerja sebagai model di Kota Denpasar. Selain itu, nilai koefisien yang positif menunjukkan dampak positif dari citra diri dan kepercayaan diri. Sejalan dengan Amma dkk. (2017) yang menemukan hubungan yang baik antara citra diri dan kepercayaan diri, mendukung hal ini. Perilaku dan interaksi sosial seseorang akan lebih berpengaruh secara positif oleh rasa percaya diri jika citra diri mereka baik. Seperti dalam penelitian Pratami, dkk (2023) yang memperlihatkan bahwa penampilan seseorang mempengaruhi kepercayaan diri mereka, semakin menarik dapat menjadikan individu lebih percaya diri.

Pada umumnya penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi dan juga berinteraksi sosial berdampak pada pencitraan dirinya (Rejeki, dk., 2020). Hal tersebut dirasa sebagai salah satu ciri individu memiliki kepercayaan diri tetapi hal tersebut juga dapat menjadikan individu merasa rendah diri, dengan membandingkan dirinya dengan postingan milik orang lain berhubungan dengan penerimaan sosial, psikologis, atau fisik, termasuk di dalamnya adalah citra diri. Seperti penelitian yang dilakukan Hakim (dalam Agustian, 2023) menjelaskan jika seseorang tidak memiliki citra diri akan merasa kurang percaya diri, pesimis, dan menarik diri dari lingkungannya, sehingga seseorang yang memiliki citra diri akan merasa tenang ketika menghadapi situasi yang tidak menyenangkan.

Lalu, uji koefisien determinasi menunjukkan hasil kontribusi sebesar 48.8% pada citra diri terhadap kepercayaan diri dan 51.2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Ghufron dan Rismawati (2017) menunjukkan bahwa ada empat faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan diri individu, yakni konsep diri, harga diri, pengalaman dan pendidikan. Anthony (dalam Selvina & Yulinar, 2022) menyatakan bahwa terdapat dua jenis unsur yang mempengaruhi kepercayaan diri meliputi internal, seperti penampilan, konsep diri, peristiwa kehidupan; dan eksternal, antara lain pekerjaan, pendidikan dan lingkungan sekitar.

Bandura (dalam Habibah & Dewi, 2019) mendefinisikan kepercayaan diri sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Hasil yang ditunjukkan dalam uji kategorisasi, berada dalam kategori positif yaitu sebanyak 89.4% sesuai dengan pendapat Rini (dalam Ghufron & Risnawita, 2020) mengatakan bahwa individu dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi mudah beradaptasi, toleran, mudah bersosialisasi, bersikap positif, tidak mudah terpengaruh oleh tindakan orang lain, dan mampu mengambil keputusan yang jelas untuk hidupnya. Dalam penelitiannya Sari & Susilawati (2022) memberikan alasan lain mengapa masih banyak pengguna Instagram terutama wanita memakai filter, bukan hanya sekedar untuk pencitraan, meningkatkan kepercayaan diri, terlihat lebih cantik atau hanya untuk eksistensi diri saja. Namun terdapat alasan lain seperti, kondisi sosial dan ekonomi, merasa penampilannya tidak sesuai dengan realitas yang menjadi bahan pergunjungan secara sosial, terdapat kemungkinan individu mengikuti *trend* yang ada, juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial.

Sisa dari kategorisasi kepercayaan diri negatif sebesar 10.6%. Menurut Carthy dan Jameson (dalam Imro'atun, 2017) menjelaskan jika individu yang memiliki kepercayaan diri negatif akan berdampak seperti tidak memiliki keinginan untuk bertindak, individu cenderung pasrah serta individu cenderung pendiam. Collantes, dkk (2022) menyatakan bahwa penggunaan filter Instagram dapat menyebabkan rendahnya rasa percaya diri karena pengguna akan membandingkan diri mereka dengan orang lain. Individu berusaha mengubah foto-foto Instagram mereka agar terlihat sebagus mungkin karena kebiasaan ini mungkin berkontribusi pada rasa ketidakpuasan mereka terhadap kehidupan pribadi mereka.

Menurut Burn (dalam Putri & Swandi, 2023) citra diri adalah persepsi diri yang dibangun oleh seseorang yang berdampak pada persepsi mereka tentang diri mereka sendiri sebagai makhluk fisik. Adapun hasil dari kategorisasi citra diri pada wanita dewasa awal pengguna Instagram dalam penelitian ini, berada dalam kategori positif sebanyak 80%. Menurut Ramadani dkk. (2022) individu dengan citra diri yang positif akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi, teratur, produktif, lincah, dan memiliki determinasi diri. Sedangkan sisanya sebesar 20% berada dalam kategori negatif. Fitra dkk (dalam Savira & Siti, 2023) mengemukakan jika individu yang memiliki citra diri negatif tidak memiliki kepercayaan diri terhadap keadaannya, mempunyai persepsi yang buruk terhadap penampilannya, merasa tidak puas dengan tubuhnya, takut untuk tampil di tempat umum, takut pada komentar negatif, dan menghindari interaksi sosial dengan orang lain.

Collantes, dkk (2022) menambahkan bahwa individu yang tidak puas dengan tubuhnya mungkin terpengaruh oleh filter kecantikan Instagram. Individu akan mengidealkan citra diri fiktif karena kemampuannya untuk memanipulasi foto dan meningkatkan penampilan. Hal ini yang membuat persepsi diri dan cita-cita kecantikan berubah sehingga tidak dapat dicapai, khususnya bagi wanita dewasa awal. Sejalan dengan penelitian Amma, dkk (2017), yang menuturkan bahwa citra diri memiliki hubungan yang positif terhadap kepercayaan diri. Semakin positif citra diri seorang individu membuat kepercayaan diri individu tersebut semakin positif saat bertindak dan berinteraksi dengan masyarakat.

Lebih lanjut, berdasarkan hasil analisis demografi diketahui bahwa gambaran umum usia kelompok sampel wanita dewasa awal pengguna filter Instagram di Kabupaten Karawang didominasi usia 20-24 tahun sebanyak 124 atau 77.50% dari 160 partisipan. Dalam rentang tersebut termasuk pada masa dewasa awal, seperti yang dijelaskan Papalia dkk (2017) jika masa dewasa awal atau *young adulthood* dimulai sejak usia 20 sampai 40 tahun, dalam tahap ini individu cenderung mengarah pada krisis keintiman versus isolasi yang memiliki tugas untuk membentuk relasi intim. Hurlock (dalam Dwilianto dkk., 2024) menambahkan jika masa dewasa awal membawa perubahan dalam minat sosial, terutama penampilan. Individu yang berpenampilan menarik sering kali untuk diterima dalam situasi sosial dan menerima pendapat yang positif dari orang lain. Seseorang dengan penampilan yang menarik juga merasa lebih bahagia, lebih adaptif serta dapat meningkatkan rasa percaya dirinya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan terhadap 50 mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta (Ambarwati, 2021) bahwa dengan menggunakan filter wajah untuk membagikan foto mereka di media sosial memberikan respon yang baik dari pengguna Instagram lainnya, sehingga meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan citra diri mempengaruhi kepercayaan diri wanita dewasa awal pengguna filter Instagram di Kabupaten Karawang. Adanya pengaruh yang didapatkan berarah positif, yang berarti jika citra diri positif maka kepercayaan diri positif dan jika citra diri negatif maka kepercayaan diri juga negatif. Adapun saran yang diberikan peneliti bagi partisipan untuk meningkatkan kepercayaan dirinya, dengan mengenali penampilan diri individu sesuai dengan yang disukainya, paham akan kelebihan kekurangan yang dimiliki, serta mampu menyesuaikan atau menerima pandangan orang lain dalam bermedia sosial Instagram. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penyebaran sampel dan disarankan untuk meneliti dengan pengaruh variabel lain yang berhubungan dengan faktor-faktor kepercayaan diri seperti: harga diri, pengalaman, pendidikan, pekerjaan, dan lingkungan sekitar.

REFERENSI

- Agustiani, U. P. (2023). *Pengaruh citra diri (self image) terhadap kepercayaan diri pada mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pengguna make-up* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Ambarwati, A. (2021). Percaya Diriku Sebatas Filter Instagram?. Readtimes.id. <https://readtimes.id/percaya-diriku-sebatas-filter-instagram/>
- Amma, D. S. R., Widiani, E., & Trishinta, S. M. (2017). Hubungan citra diri dengan tingkat kepercayaan diri remaja di SMKN 11 Malang kelas XI. *Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 2(3).
- Andarwati, I. (2016). Citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media jejaring sosial Instagram pada siswa kelas xi sma n 9 yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 5(3).
- Azwar S. (2019). *Metode Penelitian Psikologi edisi ii*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Collantes, H. DL., dkk. (2022). *Psychological effects of using Instagram: its effects on anxiety, self-confidence, and body image*. *Bulletin of Social Informatics Theory and Application*, 6(1), 31-52.
- Doni, F. R., & Faqih, H. (2017). Perilaku penggunaan media sosial pada kalangan remaja. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2), 15-23.
- Dwilianto, R., Matondang, A. U., & Yarni, L. (2024). PERKEMBANGAN MASA DEWASA AWAL. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 8816-8827.
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, S. R. (2020). *Teori-Teori Psikologi* (2rd ed.). Ar-Ruzz Me
- Habibah, S. N., & Dewi, A. P. (2019, December). Citra diri guna membangun kepercayaan diri pada remaja. In *Prosiding Seminar Nasional LP3M* (Vol. 1, pp. 212-215).
- Haq, N. (2021, Desember). Bagaimana Filter Snapchat dan Instagram Menghancurkan Kepercayaan Diri Kita. Hidayatullah.com. https://hidayatullah.com/feature/2021/12/22/222089/bagaimana-filter-snapchat-dan-instagram-menghancurkan-kepercayaan-diri-kita.html#google_vignette
- Hunaifi, D. T. (2023). Analisis Tren Penggunaan Filter Digital pada Pengguna Media Sosial Instagram di Indonesia. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(6), 4541-4558.

- Imro'atun, S. (2017). Keefektifan layanan konseling kelompok untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa sekolah menengah pertama. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 2(2), 50–57.
- Jannah, M., Kamsani, S. R., & Ariffin, N. M. (2021). Perkembangan usia dewasa: tugas dan hambatan pada korban konflik pasca damai. *Bunayya: Jurnal Pendidikan Anak*, 7(2), 114-143.
- Lestari, W., & Fitlya, R. (2021). Citra Diri Penyandang Tunanetra terhadap Diskriminasi dari Lingkungan Sosial. *PSIKOLOGI KONSELING*, 12(2), 1159-1169.
- Maulida, L. S., Mustopa, M., & Stella, S. (2023). Hubungan Citra Diri dan Hubungan Sosial Antar Kelompok Sebaya dengan Tingkat Kepercayaan Diri pada Remaja di SMAN 1 Cilaku-Cianjur Tahun 2022. *Diagnosa: Jurnal Ilmu Kesehatan dan Keperawatan*, 1(4), 312-326.
- Ni'mah, U., & Rohmatun. (2017). Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Pola Asuh Otoritatif dengan Citra Diri pada Mahasiswi yang Melakukan Perawatan Wajah di Klinik Kecantikan. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 69–78.
- Papalia, D. E., & Feldman, R. D. (2017). *Perkembangan Manusia*. Terjemahan Brian Marwensdy. Jakarta: Salemba Humanika.
- Pratami, V. T., Nuryani, R., & Lindasari, S. W. (2023). Tingkat Kepercayaan Diri pada Wanita Dewasa Awal dengan Adanya Tren Beauty Privilege. *Jurnal Keperawatan*, 15(3), 1101-1108.
- Putri, N. K. A. M., & Swandi, N. L. I. D. (2023). peran citra diri dan komparasi sosial terhadap kepercayaan diri remaja yang berprofesi sebagai model di kota denpasar. *psikologi konseling*, 14(1), 117-131.
- Ramadani, N. T., Muawwir, & Purwasetiawatik T. F. (2022). *Pengaruh Citra Diri terhadap Penerimaan Diri pada Dewasa Awal* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BOSOWA).
- Rahmawati, F. (2023). Keseringan Selfie Pakai Filter Instagram Bikin Lupa dengan Wajah Asli, Benarkah. *Kompas.tv*. <https://www.kompas.tv/entertainment/369416/keseringan-selfie-pakai-filter-Instagram-bikin-lupa-dengan-wajah-asli-benarkah>
- Rejeki, S., Komalawati, E., & Indriyanti, P. (2020). Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 105-116.
- Rizaty, M. A. (2024). Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia (Desember 2018-Desember 2023). *Data Indonesia.id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-Instagram-di-indonesia-desember-2018desember-2023>
- Santoso, M.V., Fauzia, R. and Rusli, R. (2020). Hubungan antara kepuasan citra tubuh dengan kecenderungan body dysmorphic disorder pada wanita dewasa awal di Kota Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, 2(1), 55–60
- Sari, L. N., & Susilawati, N. (2022). Motif Penggunaan Filter Instagram dikalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 5(2), 217-227.
- Savira, S. I., & Tsaniya U. S. (2023). Hubungan Stres dengan Self Image pada Dewasa Awal Penderita Acne Vulgaris. *Jurnal Penelitian Psikologi*
- Selviana, S., & Yulinar, S. (2022). Pengaruh self image dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto selfie di media sosial Instagram. *Ikra-lth Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 37-45.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.