

HIPERREALITAS FILTER KECANTIKAN DALAM MENGEKSPRESIKAN DIRI PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KALANGAN PEREMPUAN DEWASA MUDA

ALIYYA CINTA SULISTYAPUTRI

ABSTRAK

Aktivitas mempercantik foto menggunakan filter kecantikan telah menjadi fenomena virtual yang umum dilakukan di berbagai kalangan, terutama perempuan. Platform media sosial seperti TikTok menjadi wadah bagi para penggunanya untuk mengekspresikan diri melalui filter kecantikan. Kebebasan memilih filter sesuai dengan preferensi dan standar kecantikan ideal yang diyakini memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam menampilkan diri di dunia virtual. Penelitian ini menggunakan teori hiperrealitas menurut Jean Baudrillard, yang berasumsi bahwa simulasi dan representasi yang dimanipulasi menjadi lebih penting dibandingkan realitas yang mendasarinya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Subjek penelitian adalah pengguna filter kecantikan di TikTok, di mana data diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan lima informan yang memenuhi kriteria penelitian. Hasil penelitian ini mengungkapkan, terdapat praktik hiperrealitas yang ditemukan di antara pengguna filter kecantikan TikTok menunjukkan kondisi pasca-manusia dimana para pengguna merasa lebih nyaman untuk berinteraksi di dunia virtual. Hal ini menyebabkan runtuhnya realitas nyata yang tergantikan realitas semu, sehingga pengguna pun menjadi terbiasa melihat diri mereka dalam versi yang telah disempurnakan menggunakan filter kecantikan.

Kata Kunci: Hiperrealitas, Kecantikan, Filter Kecantikan, Media Sosial, Tiktok

***HYPERREALITY OF BEAUTY FILTERS IN SELF-EXPRESSION ON
SOCIAL MEDIA TIKTOL AMONG YOUNG ADULT WOMEN***

ALIYYA CINTA SULISTYAPUTRI

ABSTRACT

The use of beauty filters to enhance photos has become a common virtual phenomenon among various groups, particularly women. The application of beauty filters on the social media platform TikTok has become a form of self-expression, where users are free to choose beauty filters that suit their preferences based on the ideal appearance according to certain beauty standards they believe in. This leads users to feel more comfortable with their appearance that has been enhanced with beauty filters in the virtual world. This study uses Jean Baudrillard's theory of hyperreality, which assumes that manipulated simulation and representation become more important than the underlying reality. The method used in this research is a qualitative virtual ethnography approach. The research subjects are TikTok beauty filter users, where data is collected from observations and in-depth interviews with five informants who meet the predetermined criteria. The results of this study reveal that there are hyperreality practices found among TikTok beauty filter users, showing a post-human condition where users feel more comfortable interacting in the virtual world. This leads to the collapse of real reality which is replaced by virtual reality, so that users become accustomed to seeing themselves in a version that has been perfected using beauty filters.

Keywords: *Hyperreality, Beauty, Beauty Filter, Social Media, TikTok*