

BAB II

PENGUNAAN AR BEAUTY FILTER DAN EKSPRESI DIRI PEREMPUAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Bab ini akan menguraikan tentang fenomena filter dengan AR (*Augmented Reality*) pada platform Instagram sebagai dampak dari perkembangan teknologi, khususnya *AR Beauty Filters* yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat. Keberagaman dari *AR Beauty Filters* pada platform Instagram secara tidak langsung memberikan kebebasan kepada para penggunanya, yang kebanyakan adalah perempuan, untuk memilih wajah seperti apa yang akan mereka tampilkan pada akun media sosial mereka. Maka dari itu, dalam bab ini juga akan dijelaskan mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai wadah ekspresi diri perempuan dalam menampilkan dirinya dengan menggunakan *AR Beauty Filter*.

2.1 Ekspresi Diri Perempuan pada Media Sosial

Manusia mengekspresikan diri melalui berbagai cara, termasuk melalui nada kita berbicara, kata-kata yang kita utarakan, ataupun dalam bentuk seni seperti musik, lukisan, tarian, dan lain-lain (Green, 2017:1). Bentuk ekspresi diri juga dapat ditemukan dalam cara berpakaian, cara berias, bahkan cara seseorang menata rambutnya. Pada era modern ini, kegiatan ekspresi diri manusia juga mengalami perubahan seiringan dengan perkembangan teknologi yang mempopulerkan media baru, yaitu media sosial sebagai wadah komunikasi berbasis internet. Kini, manusia diberikan akses untuk mengungkapkan ekspresi dirinya secara digital dengan konten-konten teks, foto, maupun video yang tidak hanya dapat diperlihatkan

kepada lingkungan sekitarnya, tetapi yang juga dapat dilihat oleh seluruh dunia. Perubahan tempat ekspresi diri secara virtual ini kemudian mempengaruhi bagaimana seseorang mengungkapkan bentuk ekspresi dirinya. Dapat kita lihat bahwa kebanyakan bentuk ekspresi diri dapat diungkapkan melalui konten foto dan juga video yang disebarluaskan melalui akun media sosial, sebagai alternatif representasi diri seseorang pada dunia digital.

Pada masa kini, media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah media sosial yang berpusat pada penyebaran konten-konten visual, yaitu foto dan video, yang biasa dikenal sebagai *Highly Visual Social Media* atau HVSM. HVSM kemudian sering digunakan untuk keperluan ekspresi diri, dimana penggunaannya dapat mengunggah foto ataupun video yang biasanya berisi *outfit* yang mereka kenakan, lagu yang sedang mereka dengarkan, ataupun buku yang sedang mereka baca. Salah satu aplikasi HVSM yang memiliki pengguna aktif terbanyak secara global adalah aplikasi Instagram, seperti yang diungkapkan oleh *We Are Social* yang dikutip dari *databoks.katadata.co.id* bahwa aplikasi instagram memiliki sekitar 2 miliar pengguna aktif, dan berada pada urutan 3 sebagai platform HVSM yang terpopuler di dunia per-Januari 2023.

Dengan adanya media sosial yang terlahir dari perkembangan teknologi, menjadi wadah yang mempermudah perempuan untuk mengekspresikan dirinya dengan bebas. Di Indonesia sendiri, Instagram menjadi platform media sosial kedua yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, dengan persentase sebanyak 84,8%. Dengan *whatsapp* yang merupakan platform media sosial berbasis teks pada urutan pertama, maka aplikasi Instagram dapat dikatakan sebagai platform HVSM yang paling banyak digunakan di Indonesia. Dan mayoritas

pengguna Instagram di Indonesia adalah perempuan, dengan persentase sebanyak 52,6%, seperti yang dilansir dari *databoks.katadata.co.id*, menurut laporan *Napoleon Cat* pada Mei 2021.

Instagram sebagai media sosial yang memfasilitasi perempuan untuk mengekspresikan diri sebebas mungkin. Pengaruh media sosial dalam kaitan ekspresi diri perempuan dapat dikatakan cukup penting. Seperti yang telah diketahui bahwa dalam masyarakat patriaki, perempuan kerap kali terjebak dalam subordinasi yang menjadikan identitas perempuan akhirnya banyak dikonstruksi oleh struktur sosial. Maka dari itu, penggunaan media sosial dapat dikatakan menjadi wujud pembebasan perempuan untuk mengungkapkan identitas diri yang dapat ia konstruksi sendiri, terlepas dari struktur sosial patriarki yang sebagian besar didominasi oleh tatapan laki-laki (Setiansah, 2015:2).

Dengan media sosial sebagai wadah untuk ekspresi diri, perempuan dapat menghadirkan diri, tidak lagi sebagai objek, tetapi sebagai subjek yang dapat mengontrol dan menentukan identitas dirinya sendiri, melalui konten-konten visual yang ia bagikan dalam akun media sosialnya. Mulai dari gambar seperti apa yang ingin dihasilkan, estetika seperti apa yang ingin ditampilkan, dan konten-konten apa saja yang ia rasa dapat mengungkapkan identitas dirinya kepada para pengguna lain. Perempuan tidak lagi menjadi objek didepan lensa, tetapi menjadi subjek yang sepenuhnya menentukan identitas apa yang ingin ia tampilkan sebagai wujud ekspresi dirinya (Setiansah, 2015:6).

2.2 Filter dan Media Sosial

Kemajuan teknologi membawa manusia semakin berkembang dalam menghasilkan konten foto dan juga video. Ketika dahulu masyarakat hanya mengenal aplikasi *photoshop* untuk melakukan *editing* pada foto dan video, sekarang proses *editing* juga dapat dilakukan pada layar kecil dalam *smartphone*. Tidak hanya itu, kini platform-platform media sosial yang juga semakin berkembang, menawarkan proses *editing* instan dengan hanya sentuhan jari. Fitur ‘Filter’ memang telah ada sejak dulu, dan telah menjadi fitur yang paling sering digunakan selama proses *editing* foto dan juga video. Akan tetapi, dengan kemajuan teknologi, kini terdapat filter dengan *augmented reality*, yang memfasilitasi penggunaanya dengan imajinasi tanpa batas. Filter dengan *augmented reality* atau AR, merupakan interaksi responsif berbasis digital yang diterapkan pada wajah atau lingkungan pengguna untuk memperluas atau mengubah apa yang dilihat pada dunia nyata (Rios dkk, 2018:322). Filter AR semakin banyak diterapkan pada media sosial seperti snapchat dan instagram, sebagai bentuk *engagement* brand dan juga jejaring sosial untuk memperkaya sensorik dan menawarkan pengalaman yang baru untuk para penggunaanya (Cowan dkk, 2021:1799).

Kepopuleran filter dengan *Augmented Reality* dapat terlihat cukup pesat berkembang di antara masyarakat. Laporan terbaru dari Deloitte (2021) dalam Ibáñez-Sánchez, Orús, dan Flavián (2022) menunjukkan bahwa 2,2 miliar orang akan sering menggunakan AR di media sosial pada tahun 2022, melihat sebanyak lebih dari 4,5 miliar foto dan/atau video AR diambil setiap hari oleh pengguna Snapchat, yang menekankan potensi filter AR sebagai alat komunikasi dan interaksi (Ibáñez-Sánchez, Orús, Flavián, 2022:559). Tidak hanya platform media sosial Snapchat, banyak platform media sosial lainnya juga menyediakan filter dengan

Augmented Reality dalam fitur kamera mereka, seperti platform Tiktok dan juga Instagram.

Terdapat beberapa jenis Filter dengan teknologi *Augmented Reality* pada media sosial. Beberapa jenis AR Filter yang menjadi populer dan sering digunakan oleh masyarakat, seperti yang dilansir dari *arutala.id*, adalah *Face Filters*, Filter *Augmented Reality Game* dan *AR Portals*. Seperti yang telah diketahui bahwa *Face Filters* merupakan filter yang diaplikasikan pengguna pada wajahnya, untuk dapat berubah wajah menjadi berbagai bentuk dimensi. Filter-filter seperti ini kebanyakan dipakai untuk kecantikan, yang biasa dikenal dengan *beauty filters*, dimana *face filter* yang dipakai adalah filter dengan *augmented reality make up* yang banyak digunakan oleh pengguna perempuan. Tidak hanya fitur kecantikan, filter ini juga mampu untuk mengubah wajah pengguna menjadi seperti orangtua, bahkan remaja, atau dapat juga membuat wajah pengguna menjadi seperti aktor maupun aktris *hollywood* yang digemari.

Sementara Filter *Augmented Reality Game* merupakan filter dengan tujuan utama menghibur pengguna dengan *Augmented Reality* yang interaktif. Filter dengan konsep utama *game* ini biasanya dipakai untuk mempromosikan suatu brand atau *event* tertentu. Dan Filter *AR Portals* merupakan filter yang memungkinkan pengguna untuk melakukan perpindahan dunia virtual melalui portal tertentu melalui layar *smartphone*, seperti yang dipopulerkan oleh film *Dr. Strange*.



Gambar 2.1

Salah satu contoh Filter Augmented Reality Game dari event ulang tahun OREO

2.3 AR Beauty Filter dan Standar Kecantikan

AR Beauty Filter merupakan jenis *face filters* yang banyak digemari oleh pengguna media sosial, khususnya pada platform Instagram. Akan tetapi, banyak *AR Beauty Filter* yang populer dikalangan masyarakat merupakan filter-filter dengan ciri-ciri tertentu, yang mengarah pada kecantikan *eurosentris*. Seperti yang diungkapkan oleh Burnel dan rekan-rekannya, bahwa kebanyakan *AR beauty filter* dibuat sesuai dengan standar kecantikan yang ada, yang dirancang untuk menyempurnakan penampilan dengan cara yang memperkuat standar kecantikan yang *eurosentris*, heteronormatif, sosiokultural, dan ekspektasi yang tidak realistis (Mendoza, 2022:6).

Imam Arifin, salah satu kreator *AR Beauty Filter* Indonesia, saat diwawancarai oleh *Magdalene* mengungkapkan bahwa filter-filter *Augmented reality* paling populer yang ia buat tidak lepas dengan standar kecantikan yang dianut oleh masyarakat, khususnya mengenai warna kulit yang harus ‘putih’. Standar kecantikan *eurosentris* tidak lepas dari konsep kecantikan yang masih dipercayai oleh masyarakat sampai saat ini. Seperti yang diungkapkan oleh Rahmat Saleh dan rekan-rekannya (2021), bahwa masyarakat masih memaknai kecantikan yang membuat seorang perempuan menjadi menarik adalah apabila ia memiliki bibir tebal, kulit putih dan bersih, mata jernih, dan kulit yang kencang (Wahyuni, dkk. 2021:18).

Akan tetapi, *AR Beauty Filter* juga memiliki keberagaman yang mampu memfasilitasi para penggunanya untuk menampilkan alternatif kecantikan apa saja yang ingin ditampilkan. Dengan *AR Beauty Filter*, seseorang dapat menampilkan diri dengan kecantikan ala korea, kecantikan dengan *tan skin* ala eropa, atau bahkan menjadi sama seperti karakter anime.

2.4 Penggunaan *AR Beauty Filter* di Indonesia

Penggunaan media sosial telah masuk kedalam *lifestyle* sehari-hari manusia, yang kemudian memunculkan kebutuhan-kebutuhan baru yang tidak pernah disangka sebelumnya. Kebutuhan akan penggunaan *AR Beauty Filter* pada konten foto dan video yang disebar pada media sosial kini menjadi salah satunya.

Filter *augmented reality* sendiri telah populer sejak tahun 2015, melalui aplikasi media sosial *Snapchat* yang berhasil menarik perhatian para selebritas dunia untuk menggunakan filter kecantikan dengan *augmented reality* pada konten

foto dan video mereka. Pada tahun 2017, aplikasi Facebook dan juga Instagram kemudian meluncurkan *AR Filter* mereka sendiri, yang kemudian dipakai hingga akhir ini. Instagram juga membuat fitur baru yaitu “*snapgram*”, yang berfungsi sama dengan fitur *story* pada aplikasi Snapchat.

Instagram yang telah populer di Indonesia, juga semakin menggemari fitur “*snapgram*”, terkhusus dengan adanya filter *augmented reality*. Dengan kebebasan yang diberikan oleh Instagram kepada penggunanya untuk membuat filter *augmented reality* sendiri, kemudian memunculkan trend yang populer dimana para pengguna instagram berlomba-lomba untuk menciptakan filter yang akan menjadi viral. *AR Beauty Filter* menjadi filter yang paling banyak mendapatkan popularitas diantara para pengguna Instagram di Indonesia. Seperti yang diungkapkan oleh Imam Arifin, kreator filter Instagram yang diwawancarai oleh *Magdalene.com*, bahwa *AR Beauty Filter* merupakan market yang besar diantara para pengguna Instagram di Indonesia, yang menghasilkan profit yang cukup besar.



Gambar 2.2
Trending Filter Instagram Indonesia

Kepopuleran *AR Beauty Filter* di Indonesia dapat dilihat dari laman *trending* yang dapat diakses saat pemilihan filter pada fitur *snapgram*. Dapat dilihat bahwa sebagian besar filter dengan *augmented reality* yang disukai oleh para pengguna Instagram Indonesia merupakan filter-filter kecantikan atau *beauty filter*. Seperti filter dengan judul *Butterfly B&W*, *Good Skin*, *Glowing Skin*, *Soft White*, dan lainnya. Hal tersebut tidak lepas dari pengaruh para *influencers* di Indonesia yang mempopulerkan *AR Beauty Filter*, bahkan juga membuat filter mereka sendiri. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penggunaan *AR Beauty Filter* telah menjadi bagian yang cukup penting dari kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya pada lingkungan media sosial.