

**DAMPAK PENGGUNAAN *FILTER BEAUTY*
INSTAGRAM TERHADAP KOMUNIKASI *SELF-
DISCLOSURE* PADA SISWA SMKS MULTIKARYA**

TUGAS AKHIR

OLEH:

**VALIA FAZIERA CAULIEA GULO
2203110097**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

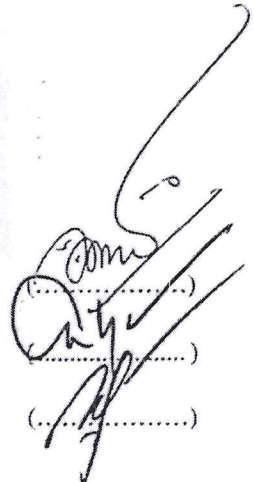
Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : Valia Faziera Cauliea Gulo
NPM : 2203110097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, tanggal : Jumat, 10 april 2026
Waktu : Pukul 08.00 s/d Selesai

PENGUJI I : Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom

PENGUJI II : CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos, M.A

PENGUJI III : ABDURRAHMAN ZUHDI, S.I.Kom., M.I.Kom

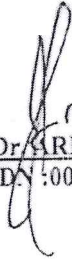


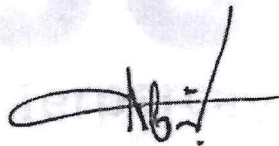
PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris




Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., M.SP.
NIDN:0030017402


Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom.
NIDN:0111117804

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

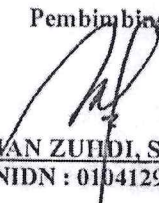
Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama : Valia Faziera Cauliea Gulo
NPM : 2203110097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Dampak Penggunaan Filter Beauty Instagram Terhadap Komunikasi Self-Disclosure Pada Siswa Smks Multikarya

Medan, 6 April 2026

Pembimbing


ABDURRAHMAN ZUHDI, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN : 0104129702

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN : 0127048401


Assoc. Prof. Dr. ARIEN SALEH, M.SP.
NIDN : 0090017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Valia Faziera Cauliea Gulo**, NPM 2203110097, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

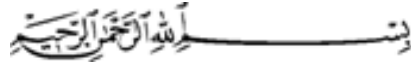
Medan, 10 April 2026

Yang Menyatakan,


ACAMX365409056
Valia Faziera Cauliea Gulo

Unggul | Cerdas | Terpercaya

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Dampak Penggunaan *Filter beauty* Instagram Terhadap Komunikasi *Self-Disclosure* Pada Siswa Smks Multikarya**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S.I.Kom di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Ucapan terimakasih yang tak terhingga untuk Kedua orang tua tersayang, Ayah M. Fajar Gulo dan Mama Eliana. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa besarnya pengorbanan yang telah kalian berikan. Meskipun bangku perkuliahan tidak sempat kalian duduki, namun semangat kalian dalam memperjuangkan pendidikan anak-anaknya jauh melampaui siapa pun yang pernah penulis kenal. Kalian tidak pernah mengeluh, tidak pernah

meminta balasan kalian hanya terus memberi, dengan tulus dan sepenuh hati. Skripsi ini adalah jawaban atas setiap doa yang kalian panjatkan, atas setiap kerja keras yang kalian lakukan tanpa pernah meminta untuk diketahui. Semoga dengan menyangand gelar sarjana ini, penulis bisa membuat Ayah dan Mama tersenyum bangga. Penulis mencintai Ayah dan Mama, lebih dari yang bisa diucapkan dengan kata-kata. Semoga Allah senantiasa menjaga kesehatan dan kebahagiaan kalian, agar bisa menyaksikan setiap keberhasilan berikutnya yang akan penulis persembahkan. Serta adik penulis tersayang, Jonathan Gardani Fahreza Gulo, yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik, serta berusaha menjadi panutannya di masa yang akan datang kelak.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc., Prof., Dr., Arifin Shaleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc., Prof., Dr., Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Ibu Dr., Dra., Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis., S.Sos., M.I.Kom, selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Abdurrahman Zuhdi, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penulis, yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan serta waktunya dalam proses penulisan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
9. Kepala Sekolah, Bapak/Ibu Guru, serta seluruh staf SMKS Multikarya Medan yang telah memberikan izin dan kemudahan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian di sekolah tersebut. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh siswi SMKS Multikarya Medan yang telah bersedia menjadi responden dan meluangkan waktunya sehingga penelitian ini bisa terselesaikan dengan baik.

10. Terakhir untuk Valia Faziera Cauliea Gulo, *Last but not least !, to myself thank you for not giving up. Thank you for every sleepless night, every moment of doubt you pushed through, and every time you chose to keep going when it felt impossible. This is proof that you are stronger than you think. You did it.*

Medan,Maret 2026

VALIA FAZIERA CAULIEA GULO
2203110097

**DAMPAK PENGGUNAAN *FILTER BEAUTY* INSTAGRAM TERHADAP
KOMUNIKASI SELF- DISCLOSURE PADA SISWA SMKS
MULTIKARYA**

**VALIA FAZIERA CAULIEA GULO
2203110097**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penggunaan *filter beauty* Instagram, tingkat komunikasi *self-disclosure*, serta dampak penggunaan *filter beauty* Instagram terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya Medan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya penggunaan fitur *filter beauty* berbasis *Augmented Reality* (AR) di kalangan remaja perempuan yang secara langsung memengaruhi cara mereka menampilkan diri dan berkomunikasi di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh siswi perempuan SMKS Multikarya Medan yang berjumlah 196 siswi, dengan sampel sebanyak 66 siswi yang diambil menggunakan teknik simple random sampling melalui rumus Slovin ($e = 10\%$). Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert empat tingkat. Teknik analisis data meliputi statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji korelasi Pearson, analisis regresi linear sederhana, uji T, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) tingkat penggunaan *filter beauty* Instagram pada siswi SMKS Multikarya berada pada kategori sedang hingga tinggi dengan nilai rata-rata berkisar antara 2,44 hingga 3,06; (2) tingkat komunikasi *self-disclosure* berada pada kategori sedang dan cenderung rendah dengan nilai rata-rata berkisar antara 2,12 hingga 2,80; (3) terdapat dampak yang positif dan signifikan secara statistik antara penggunaan *filter beauty* Instagram terhadap komunikasi *self-disclosure*, dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi Pearson $r = 0,364$ (sig. $0,003 < 0,05$), nilai t hitung $3,129 > t$ tabel $1,998$, dan nilai $R^2 = 0,133$ atau $13,3\%$. Meskipun signifikan, kekuatan hubungan tergolong lemah sehingga *filter beauty* Instagram merupakan salah satu faktor pendukung, bukan faktor dominan, dalam komunikasi *self-disclosure* siswi di media sosial.

Kata Kunci: *Filter beauty Instagram, Komunikasi Self-Disclosure, Media Sosial, Remaja Perempuan, Augmented Reality*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II URAIAN TEORITIS	9
2.1 Media Sosial Instagram	9
2.2 <i>Filter beauty</i> Instagram.....	11
2.3 Komunikasi Self-Disclosure	16
2.4 Komunikasi Interpersonal.....	20
2.5 Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Kerangka Konsep	24
3.3 Definisi Konsep	25
3.4 Definisi Operasional	27
3.4.1. Variabel X - <i>Filter beauty</i> Instagram	27
3.4.2. Variabel Y- Komunikasi Self Disclosure	28
3.5 Populasi dan Sampel.....	28
3.5.1 Populasi	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.7 Teknik Analisa Data	32
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	38
3.9 Deskripsi Singkat Lokasi Penelitian.....	38
3.9.1 SMKS Multikarya Medan	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Deskriptif Hasil Penelitian	40
4.1.2 Karakteristik Responden	40
4.1.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	42
4.1.4 Uji Kualitas Instrumen	46

4.1.5 Uji Asumsi Klasik	51
4.1.6 Analisis Hubungan dan Pengaruh	53
4.2 Pembahasan.....	58
4.2.1 Tingkat Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram pada Siswi SMKS Multikarya	59
4.2.2 Tingkat Komunikasi <i>Self-disclosure</i> pada Siswi SMKS Multikarya....	60
4.2.3 Dampak Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram terhadap Komunikasi <i>Self-disclosure</i> pada Siswi SMKS Multikarya	62
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	66
5.3 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Skala Likert.....	37
Tabel 4.2	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia Responden Siswi SMKS Multikarya Medan.....	38
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Kelas Siswi SMKS multikarya Meda	38
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Siswi SMKS Multikarya Medan.....	40
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram (X) pada Siswi SMKS Multikarya Medan	39
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Komunikasi <i>Self-disclosure</i> (Y) pada Siswi SMKS Multikarya Medan.....	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram (X).....	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi <i>Self-disclosure</i> (Y)....	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram (X).....	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi <i>Self-disclosure</i> (Y)	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Korelasi Pearson Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram terhadap Komunikasi Self Disclosure pada Siswi SMKS Multikarya	52
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram terhadap Komunikasi Self Disclosure pada Siswi SMKS Multikarya.....	53
Tabel 4.13	Hasil Uji T (Uji Parsial) Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram terhadap Komunikasi Self Disclosure pada Siswi SMKS Multikarya	55
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram terhadap Komunikasi Self Disclosure pada Siswi SMKS Multikarya	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Histogram Residual.....	50
Gambar 4.2	Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring kemajuan teknologi, komunikasi dan interaksi kini tersedia secara luas, tanpa batasan. Di masa lalu, komunikasi dan interaksi sebagian besar dilakukan secara langsung atau melalui surat-menyurat yang panjang namun, saat ini, kita dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan cepat tanpa perlu bertemu langsung, hanya dengan memanfaatkan alat komunikasi modern seperti media sosial. Saat ini, banyak pengguna media sosial menggunakan platform ini untuk berbagi perasaan mereka. Ketika individu berbagi perasaan mereka di media sosial, kita sering mengamati sisi mereka yang berbeda dari apa yang biasanya kita lihat dalam pertemuan tatap muka. Tindakan mengungkapkan diri ini dikenal sebagai pengungkapan diri. Pengungkapan diri mengacu pada kesediaan individu untuk mengungkapkan detail pribadi tentang diri mereka yang umumnya disembunyikan. Pengungkapan diri memungkinkan individu untuk terlibat lebih efektif dan memperjelas bagaimana mereka merespons dan bereaksi dalam berbagai situasi. Melalui pengungkapan diri, individu memiliki kemampuan untuk menyampaikan sentimen, pandangan, ambisi, dan banyak lagi, sehingga mendorong hubungan yang lebih transparan.

Kemajuan dalam teknologi digital juga telah mengubah secara drastis cara orang berhubungan, membangun identitas, serta menampilkan gambaran diri mereka di dunia maya. Platform media sosial, terutama Instagram telah berfungsi sebagai tempat yang interaktif dan ekspresif yang tidak hanya memberi

kesempatan kepada pengguna untuk berbagi pengalaman hidup mereka, tetapi juga untuk menciptakan versi yang sempurna dari diri mereka melalui berbagai elemen visual.

Salah satu fitur penting adalah pengintegrasian *filter beauty* digital yang mampu mengubah penampilan wajah secara instan dengan memperbaiki tekstur kulit, memperbesar mata, membuat wajah tampak lebih mungil dan kecil, dan menambahkan aspek kecantikan tertentu lainnya. Fungsi-fungsi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga secara signifikan membentuk cara individu memandang dan mengimplementasikan diri mereka sendiri. Fenomena ini memerlukan kajian mendalam mengenai dampak psikologisnya.

Statistik global menunjukkan bahwa Jumlah pengguna telepon seluler mencapai 5,61 miliar pada awal tahun 2024. Data terbaru dari GSMA (*Global System For Mobile Communications Association*) Intelligence mengungkapkan bahwa 69,4 persen dari total populasi dunia sekarang menggunakan perangkat seluler, dengan total global meningkat sebanyak 138 juta (+2,5 persen) sejak awal tahun 2023 (Alfina et al., 2024).

Lebih dari 66 persen dari seluruh penduduk Bumi sekarang menggunakan internet, dengan data terbaru menempatkan total pengguna global pada 5,35 miliar. Pengguna internet telah meningkat sebesar 1,8 persen selama 12 bulan terakhir, karena 97 juta pengguna baru sejak awal tahun 2023 (Wulandari et al., 2024) dan sebagian besar dari mereka menghabiskan waktu di media sosial terutama instagram untuk menikmati serta memanifestasikan konten konten visual, termasuk menggunakan *filter beauty* digital. Dalam konteks ini, filter

bukan lagi sekadar sarana ekspresi artistik, tetapi telah menjadi alat yang sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi diri, terutama di kalangan generasi muda dan remaja perempuan.

Hal ini menimbulkan kekhawatiran akademis dan psikologis. Penelitian terdahulunya juga menunjukkan bahwa Indonesia memiliki sekitar 99 juta pengguna aktif Instagram, dan menempatkannya di posisi keempat secara global. Pengguna aktif Instagram di Indonesia tersebut merupakan para remaja hingga para dewasa muda dengan rentang usia 15-25 tahun. Sekitar 54% perempuan muda bergumul dengan perasaan tertekan untuk mewujudkan ideal kesempurnaan (Millenia dan Hidayat, 2025). Tekanan ini berasal dari tolak ukur yang ditetapkan di media sosial, yang selanjutnya dibentuk oleh efek filter digital. Instagram telah mengubah secara mendalam cara orang memandang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka. Berbagai fungsi foto dan video platform ini memungkinkan perubahan visual, seringkali menampilkan gambar yang menumbuhkan harapan yang tidak realistis. Banyak individu merasa dengan perasaan rendah diri, kesedihan, dan keterasingan dari lingkungan sosial serta memicu gangguan psikologis seperti kecemasan dan depresi ringan.

Menurut (Millenia dan Hidayat, 2025), menunjukkan adanya kaitan antara penggunaan *filter beauty* dengan *self – disclosure*. Menemukan bahwa *Self-disclosure* atau keterbukaan diri biasanya dilakukan melalui fitur Instagram Story agar bisa membangun citra positif, menarik perhatian, serta berbagi tentang kehidupan sehari-hari atau bahkan mengungkapkan masalah yang dihadapi. pengungkapan informasi mengenai diri sendiri, seperti perasaan, pikiran, atau

tindakan seseorang Di media sosial, pengguna bisa memilih mengungkapkan informasi pribadi kepada publik, artinya profil dan postingan mereka bisa dilihat oleh siapa saja yang mengikuti mereka, atau hanya kepada orang-orang tertentu yang sudah disetujui.

Remaja wanita usia 15–18 tahun di SMKS Multikarya Medan menunjukkan penggunaan *filter beauty Instagram* yang tinggi sebagai bagian dari aktivitas komunikasi mereka di media sosial. Sebagian remaja wanita mengalami penurunan kepercayaan diri ketika harus berinteraksi di media sosial tanpa menggunakan filter beauty, khususnya dalam komunikasi visual seperti mengunggah foto, video, dan fitur cerita (*Instagram Stories*). Kondisi ini tidak serta-merta berkaitan dengan ketidakmampuan menjadi diri sendiri, melainkan lebih pada rasa tidak aman terhadap penilaian sosial yang muncul di ruang digital.

Penggunaan *filter beauty Instagram* memungkinkan remaja wanita di SMKS Multikarya Medan untuk berkomunikasi secara lebih aktif dan berani menampilkan diri di media sosial. *Filter beauty* berfungsi sebagai sarana yang memberikan dapat rasa aman, meningkatkan kepercayaan diri secara situasional, serta membuka ruang bagi terjadinya komunikasi *self-disclosure* secara daring. Namun, keterbukaan yang ditampilkan sering kali bersifat selektif dan terkondisi oleh ekspektasi penerimaan sosial.

Ketergantungan terhadap *filter beauty* tidak hanya digunakan sebagai aspek estetika, melainkan kebutuhan akan pujian, pengakuan, dan keinginan untuk dinilai positif oleh audiens media sosial. Saat ini *filter beauty* berperan dalam

mereproduksi standar kecantikan di seluruh dunia, meskipun proses tersebut tidak selalu disadari secara reflektif oleh pengguna.

Fenomena ini menampilkan paradoks dalam komunikasi remaja wanita khususnya di SMKS Multikarya Medan, di mana penggunaan *filter beauty* dapat meningkatkan kepercayaan diri dan intensitas komunikasi *self-disclosure* secara daring, tetapi pada saat yang sama berpotensi menciptakan ketergantungan visual serta ketakutan untuk tampil tanpa filter. Terdapat indikasi bahwa kenyamanan dalam melakukan *self-disclosure* di media sosial tidak selalu berbanding lurus dengan keterbukaan dalam interaksi tatap muka, sehingga menimbulkan ketegangan antara identitas daring dan luring.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak penggunaan *filter beauty* Instagram terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswa SMKS Multikarya. Hal ini menjadi penting mengingat remaja pada usia ini berada pada fase perkembangan yang dapat dilihat oleh pencarian dan pembentukan identitas (jati diri) mereka. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengeksplorasi secara komprehensif bagaimana penggunaan *filter beauty* Instagram memengaruhi pola komunikasi *self-disclosure* pada individu yang sedang berada dalam tahap pembentukan dan pengungkapan identitas diri.

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah dampak penggunaan *filter beauty* instagram pada komunikasi *self-disclosure* melalui persepsi individu pada siswi Smks Multikarya dan penelitian ini akan membatasi analisis pada konten dan aktivitas yang diposting.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana dampak penggunaan *filter beauty* Instagram terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi perempuan SMKS Multikarya?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak penggunaan *filter beauty instagram* dalam mendorong komunikasi *self-disclosure* dan mengidentifikasi sejauh mana dampaknya bagi individu dalam mengungkapkan aktivitas di media sosial. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori komunikasi mengenai pengungkapan diri di ruang digital, khususnya dalam menjelaskan bagaimana teknologi filter kecantikan memengaruhi keaslian pesan dan presentasi diri dalam interaksi media sosial.
2. Manfaat Akademik: Hasil penelitian ini berfungsi sebagai referensi untuk studi lebih lanjut tentang dampak media sosial pada psikologi remaja dan menambah literatur ilmiah terkait literasi digital dan komunikasi interpersonal di lembaga pendidikan.
3. Manfaat Praktis: Secara praktis, penelitian ini memberikan wawasan bagi siswa untuk menjadi lebih percaya diri tanpa bergantung pada filter, sekaligus berfungsi sebagai panduan bagi guru dan orang tua dalam mendidik remaja tentang metode komunikasi online yang sehat dan otentik

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pada penulisan ini dilakukan dengan cara sistematis, konsisten, dan logis agar dapat mengkaji penelitian secara sistematis dan teratur. Pada penulisan ini membuat sistematika dengan membagi penulisan menjadi V bab yaitu sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian

BAB II: URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan uraian teoritis yang berisi dampak penggunaan *filter beauty* instagram terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswa SMKS Multikarya meliputi media sosial instagram, filter beauty, self-disclosure, komunikasi interpersonal.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang berupa jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi operasional, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menguraikan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diperoleh dari penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini penulis menuliskan penutupan yang berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Media Sosial Instagram

Media sosial adalah platform daring tempat orang dapat dengan mudah bergabung, berbagi, mengeskpresikan, dan membuat konten mereka sendiri, seperti blog, jejaring sosial, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah hal yang paling umum digunakan oleh masyarakat terutama remaja di seluruh dunia (Auliya et al., 2023).

Media sosial adalah platform daring yang digunakan orang untuk berbicara dan terhubung dengan orang lain di internet. Semakin banyak orang menggunakannya, dan mudah diakses melalui ponsel pintar. Media sosial terdiri dari berbagai perangkat lunak yang memungkinkan orang dan kelompok untuk berkumpul, berbagi informasi, berbicara satu sama lain, dan terkadang bekerja sama atau bersenang-senang. Ini mencakup aktivitas di mana orang terhubung secara daring menggunakan kata-kata, gambar, dan video. Media sosial menunjukkan bagaimana manusia terhubung dengan kelompok dan organisasi yang membantu kita. Intinya adalah melakukan percakapan antar individu yang membantu mereka belajar dan berbagi informasi satu sama lain.

Di dunia daring, terdapat banyak jenis media sosial yang berbeda, seperti situs jejaring sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *LinkedIn*, platform mikroblogging seperti *Twitter* dan *Plurk*, situs berbagi video dan foto seperti *YouTube* dan *Flickr*, serta ruang obrolan, papan pesan, forum, dan milis. Media sosial juga memiliki beberapa karakteristik yang membuat lebih menarik seperti

partisipasi, keterbukaan, perbincangan, keterhubungan dengan orang diseluruh dunia (Sari dan Basit, 2020).

Sosial media pertama kali diperkenalkan oleh Proffesor J.A Barnes pada tahun 1954 yang didefinisikan media sosial bukan ruang yang netral atau tetap, melainkan dapat dibentuk dan diubah oleh kelompok komunitas yang aktif di dalamnya. Kelompok komunitas baik berbasis minat, identitas, maupun tujuan tertentu dapat memengaruhi cara media sosial digunakan, makna pesan yang beredar, serta norma komunikasi yang berkembang. Berkembangnya teknologi informasi yang sangat cepat dan pesat memunculkan ide, bentuk, dan gaya baru yang mampu menarik masyarakat.

Instagram adalah platform media sosial tempat pengguna dapat berbagi gambar atau video. Instagram terdiri dari dua kata, "*insta*" dan "*gram*." "*Insta*" berasal dari "*instant*," yang berarti sesuatu yang terjadi dengan cepat. "*Gram*" berasal dari "*telegram*," yang merupakan cara untuk mengirim pesan dengan cepat (Putri dan Anggapuspa, 2022). Platform ini menawarkan berbagai fitur yang membantu orang memposting tentang kehidupan sehari-hari mereka, seperti mengirim pesan langsung, menggunakan *Stories*, menonton *Reels*, melakukan siaran langsung, dan banyak lagi. Instagram pertama kali hadir pada 6 Oktober 2010 yang dibangun oleh dua lulusan *standfort University*, Amerika Serikat yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger, mereka membangun instagram untuk dirancang bersaing dengan media sosial lainnya (Bin Rohmad dan Suranto, 2024).

Adapun fungsi media sosial terutama instagram adalah dimana tempat orang dapat mengunggah gambar dan video, mengeditnya secara digital, dan

mempostingnya di berbagai aplikasi media sosial termasuk Instagram itu sendiri. Serta Instagram juga memungkinkan pengguna untuk mengunggah secara publik ataupun dengan fitur *close friends* (Rizaldy, 2025; Angga dan Nugroho, 2025).

Sebagai suatu aplikasi di jejaring sosial Instagram juga banyak memiliki manfaat dan kelebihannya, tetapi juga memiliki dampak buruk pula. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto dan video lebih indah dan lebih artistik.

Namun adapun dampak buruknya yaitu pengguna Instagram saat ini sangat fokus pada hal-hal seperti suka, komentar, tayangan, dan pengikut karena mereka berpikir angka-angka ini menunjukkan seberapa banyak perhatian yang mereka dapatkan di aplikasi tersebut. Remaja wanita percaya bahwa memiliki lebih banyak angka-angka ini berarti mereka lebih populer dan terlihat di media sosial. Karena itu, mereka sering berusaha keras untuk memamerkan kehadiran mereka di Instagram dengan lebih sering memposting di *feed*, *stories*, dan *reels* mereka.

2.2 Filter beauty Instagram

Filter beauty adalah teknologi yang memanfaatkan kecerdasan buatan dan penglihatan komputer untuk mengenali dan menganalisis fitur wajah dalam gambar. Sistem mampu memahami objek visual yang ditangkap oleh kamera dan melakukan perubahan sesuai dengan kondisi atau desain yang ditetapkan oleh pengembang filter (Mewengkang et al., 2024).

Augmented Reality adalah teknologi yang memungkinkan pengguna melihat informasi virtual yang ditumpangkan pada dunia nyata secara *real-time*.

Teknologi ini bekerja dengan menambahkan elemen digital ke lingkungan fisik dan merespons tindakan pengguna, sehingga terasa seolah-olah konten virtual tersebut adalah bagian dari dunia nyata (Javornik, 2017; Mewengkang et al., 2024).

Filter Kecantikan *Augmented Reality*, yang juga disebut filter wajah, mulai sangat populer pada tahun 2015 melalui aplikasi *Snapchat*. Setelah itu, situs media sosial lain seperti Instagram juga mulai menawarkan Filter Kecantikan AR mereka sendiri. Karena itu, Filter Kecantikan AR sekarang umum ditemukan di hampir setiap platform Media Sosial Visual Tinggi.

Beragamnya filter kecantikan AR di Instagram memungkinkan pengguna untuk menampilkan wajah yang mereka inginkan, yang membantu mereka merasa bebas untuk mengekspresikan diri. Keragaman ini juga membantu menjadikan kecantikan lebih inklusif dengan memberikan orang-orang berbagai pilihan yang dapat mereka pilih berdasarkan apa yang mereka sukai. Dengan filter ini, seseorang dapat terlihat seperti memiliki kecantikan ala Korea, penampilan Eropa yang berkulit cokelat, atau bahkan terlihat seperti karakter anime. Namun, banyak Filter Kecantikan AR yang populer di kalangan wanita tampaknya menampilkan penampilan yang sesuai dengan standar kecantikan tertentu.

Filter kecantikan semakin populer dan perlahan menjadi bagian umum dari cara orang menggunakan media sosial. Banyak terutama remaja wanita sering menggunakan filter ini sebagai cara untuk membuat penampilan mereka terlihat lebih baik, sesuai dengan standar kecantikan tertentu, dan menyembunyikan kekurangan yang mungkin membuat mereka merasa kurang percaya diri. Pada

saat yang sama, cara kecantikan didefinisikan oleh masyarakat dan media menciptakan tekanan pada wanita muda untuk terlihat dengan cara tertentu. Ketika fitur-fitur seperti kulit halus, mata besar, rahang tajam, bibir berbentuk sempurna, dan tulang pipi tinggi ditampilkan sebagai tanda utama kecantikan, orang yang tidak sesuai dengan standar ini mungkin merasa kurang percaya diri. Ekspektasi kecantikan yang tidak realistis ini mendorong banyak remaja muda untuk menggunakan filter kecantikan agar sesuai dengan apa yang diharapkan dan agar diperhatikan secara online. Filter kecantikan AR ini dapat membuat dunia nyata tampak kurang nyata dengan menambahkan lapisan virtual yang dibuat, sehingga terasa lebih seperti pengalaman *hyperreality*.

Hyperreality adalah konsep yang diciptakan oleh Jean Baudrillard untuk menjelaskan bagaimana budaya modern, terutama dalam masyarakat dengan teknologi dan media yang canggih, telah berubah. Ia berpendapat bahwa di dunia saat ini, hal-hal nyata dan makna sejati telah digantikan oleh simbol dan gambar yang ada di mana-mana karena teknologi (Mewengkang et al., 2024).

Representasi digital tidak lagi menunjukkan dunia nyata sebagaimana adanya, melainkan menciptakan jenis realitas baru yang terasa lebih nyata daripada kenyataan. Dalam hal ini, wajah yang muncul setelah menggunakan filter bukanlah wajah asli, melainkan versi yang sangat realistis tetapi sesuatu yang telah dipilih, diubah, dan dirancang dengan cermat agar sesuai dengan penampilan ideal (fitrianti representasi). Mengkustomisasi tubuh dengan filter menciptakan tampilan digital baru yang tidak hanya menarik secara visual sesuai

dengan filter, tetapi juga menetapkan standar kecantikan baru dalam budaya visual daring (Tambunan et al., 2024).

Penggunaan *filter beauty* di media sosial juga berkaitan dengan self branding. Saat ini, banyak orang membangun gambaran tentang diri mereka dengan cara yang tidak jauh berbeda dari bagaimana sebuah merek menampilkan diri kepada publik. Mereka berusaha menunjukkan sisi terbaik yang dimiliki agar terlihat menarik, menawan, dan pantas untuk diperlihatkan kepada orang lain. Pilihan foto, gaya berpakaian, ekspresi wajah, hingga suasana yang ditampilkan bukan lagi hal yang kebetulan, melainkan dipikirkan agar memberikan kesan tertentu.

Apa yang ditampilkan sering kali merupakan hasil penyaringan. Momen yang terasa biasa atau kurang menyenangkan jarang diperlihatkan, sementara bagian-bagian yang dianggap paling menarik justru dipilih dan dibagikan. Perlahan, media sosial menjadi semacam panggung, tempat seseorang menampilkan versi dirinya yang telah dipoles agar terlihat lebih ideal.

Cara seperti ini membuat identitas tidak hanya soal siapa seseorang sebenarnya, tetapi juga bagaimana ia ingin dipandang oleh orang lain. Respons dari lingkungan sekitar seperti perhatian, komentar, atau tanda suka ikut memengaruhi bagaimana seseorang terus membentuk dan menyesuaikan citra dirinya. Akhirnya, menampilkan diri di ruang digital menjadi proses yang berlangsung terus-menerus, di mana tampilan visual dan kesan yang ditimbulkan memegang peran yang sangat penting.

Perempuan mulai menggunakan filter kecantikan AR sebagai sesuatu yang normal dan umum dalam kehidupan sehari-hari mereka, seperti hal biasa yang mereka lakukan saat mengunggah foto atau video diri mereka sendiri. Penggunaan filter ini telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka, sesuatu yang disetujui oleh banyak remaja saat ini. Tren penggunaan filter kecantikan AR ini terkait erat dengan sifat media baru, seperti yang dijelaskan oleh Pierre Lévy. Dalam bukunya, *Cyberculture*, Lévy membahas bagaimana media baru bersifat terbuka, fleksibel, dan terus berubah, memungkinkan orang untuk mengembangkan cara berpikir baru dan berbagi pandangan mereka. Karena itu, penggunaan filter kecantikan AR oleh perempuan dapat dilihat sebagai jenis budaya baru yang muncul karena media baru (Mewengkang et al., 2024).

Ekspresi diri di media sosial penting bagi para remaja. Mengekspresikan diri telah menjadi kebutuhan bagi setiap orang, yang sama pentingnya dengan kebutuhan akan kebahagiaan untuk kehidupan yang bermakna. Filter Kecantikan AR kemudian menjadi kebutuhan bagi setiap orang terutama wanita, sebagai bagian dari ekspresi ini.

Filter kecantikan AR yang digunakan di setiap akun berbeda-beda dan dibuat agar sesuai dengan merek dan citra yang diwakili oleh setiap akun. Rata-rata, pengguna memiliki satu akun utama dan satu lagi, yang sering disebut akun sekunder. Akun utama biasanya digunakan untuk menciptakan merek pribadi resmi mereka. Akun sekunder biasanya ditujukan untuk orang-orang yang sangat dekat dengan informan (Mewengkang et al., 2024).

2.3 Komunikasi Self-Disclosure

teori pengungkapan diri (*self-disclosure*) adalah Suatu bentuk komunikasi interpersonal di mana seseorang mengungkapkan informasi pribadi. Informasi ini biasanya bersifat rahasia dan menjelaskan emosi seseorang. Pengungkapan diri adalah tindakan mengekspos informasi pribadi tentang diri sendiri kepada orang lain, dengan tujuan menerima umpan balik. Umpan balik ini biasanya mencakup pujian atau saran. Sebelumnya, pengungkapan diri hanya dapat dilakukan secara tatap muka, tetapi baru-baru ini telah berkembang mencakup komunikasi tertulis melalui handphone untuk perangkat keras dan internet untuk perangkat lunak (Rusly dan Wijayanti, 2023).

Self-disclosure membantu menciptakan interaksi yang lebih baik antar manusia. Ketika seseorang lebih terbuka tentang dirinya sendiri, biasanya hal itu mengarah pada komunikasi yang lebih baik. Keterbukaan juga membantu seseorang menjalin pertemanan karena membantu membangun koneksi berdasarkan minat, kesamaan, dan pemahaman yang sama. Meskipun keterbukaan penting untuk komunikasi, tidak semua orang merasa nyaman atau memiliki keberanian untuk berbagi informasi pribadi dengan orang lain. Hal ini terutama berlaku saat berkomunikasi daring, seperti di media sosial. Meskipun media sosial tidak memiliki batasan waktu atau ruang, media sosial memiliki dampak baik dan buruk pada orang-orang. Saat ini, semua kelompok yang berbeda banyak menggunakan media sosial. Orang-orang menggunakannya untuk menjalin lebih banyak koneksi daring.

Salah satu model inovatif untuk memahami tingkat-tingkat pengungkapan diri dalam komunikasi adalah *Johari Window*, Teori Pengungkapan Diri, yang sering disebut "Jendela Johari," diciptakan oleh *Joseph Luft* dan *Harry Ingham* pada tahun 1955. Teori ini menekankan bahwa "setiap orang dapat mengetahui dan tidak mengetahui tentang diri mereka sendiri dan orang lain." Istilah "Johari" sebenarnya berasal dari gabungan nama kedua ahli tersebut, yang menggambarkan diri individu sebagai ruangan empat lantai (Hasanah, 2023).

Menurut Jendela Johari, diri individu terdiri dari empat area berbeda. Ketika seseorang melihat dirinya sendiri, mereka melihat bagian yang mereka ketahui dan bagian yang tidak mereka ketahui. Orang lain juga melihat bagian yang mereka ketahui dan bagian yang tidak mereka ketahui. Cara kita memahami bagian yang diketahui dan tidak diketahui ini menciptakan empat area diri Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Luft dan Ingham (1955). Berikut penjelasan masing-masing area:

1. Area Terbuka. Ini adalah bagian dari diri yang diketahui oleh orang tersebut dan juga diketahui oleh orang lain. Bagian ini terbuka dan disebut "diri publik." Membangun hubungan melibatkan pengembangan area terbuka ini. Ini berarti berbagi lebih banyak tentang diri Anda dengan orang lain dan terbuka terhadap keterbukaan mereka.
2. Area Buta. Bagian ini diketahui oleh orang lain tetapi tidak diketahui oleh orang tersebut. Orang-orang tidak menyadari bagian-bagian tertentu dari diri mereka sendiri, meskipun orang lain melihatnya dengan jelas. Area ini mencakup bagian-bagian dari diri yang tidak diterima atau disangkal oleh

orang tersebut. Ini juga mencakup bagian-bagian yang mereka rasa tidak layak atau tidak mau akui. Misalnya, bakat-bakat tertentu yang dapat dilihat orang lain, tetapi orang itu sendiri tidak menyadarinya karena kerendahan hati.

3. Area Tersembunyi. Ini adalah bagian yang diketahui oleh seseorang tetapi tidak diketahui orang lain. Bagian ini berisi hal-hal yang belum siap dibagikan oleh orang tersebut. Area ini merupakan tempat kebebasan pribadi bagi orang tersebut. Area ini tetap menjadi misteri sampai orang tersebut memutuskan untuk mengungkapkannya. Biasanya, teman-teman diizinkan untuk memasuki area ini.
4. Area Bawah Sadar. Ini adalah bagian dari diri yang tidak diketahui oleh orang tersebut maupun orang lain. Bagian ini sangat terlindungi dan dijaga ketat, sehingga sulit untuk dipahami atau dieksplorasi. Bagian diri ini dapat diungkap melalui umpan balik yang jujur dan berbagi dengan orang lain.

Self disclosure terjadi Ketika seseorang merasa dekat dengan orang lain yang mereka percayai, mereka mungkin akan lebih banyak berbagi tentang diri mereka sendiri. Kedekatan ini membuat mereka merasa aman dan lebih bersedia untuk membicarakan perasaan, ide, dan pengalaman pribadi mereka. Biasanya, orang berbagi informasi semacam ini dengan orang lain yang mereka anggap dapat memberikan dukungan. Namun terkadang, orang yang mendengar cerita tersebut mungkin tidak menerima atau merespons dengan cara yang mendukung. Hal ini dapat memengaruhi seberapa besar keinginan orang tersebut untuk berbagi di masa mendatang.

Self-disclosure adalah proses mengenal diri sendiri tentang hal-hal yang orang lain tidak ketahui, ini digunakan dalam strategi komunikasi yang dapat menghasilkan timbal balik. *Self-disclosure* merupakan tindakan yang dilakukan individu, baik secara sadar maupun tidak sadar, untuk mengungkapkan jati dirinya kepada orang lain. Pengungkapan ini mencakup berbagai aspek personal seperti pemikiran, perasaan, aspirasi, kegagalan, keberhasilan, serta harapan. Dalam konteks ini, *self-disclosure* tidak hanya berkaitan dengan cara individu menyampaikan perasaan atau reaksinya terhadap suatu peristiwa, tetapi juga membuka ruang bagi orang lain untuk berbagi tanggapan dan perasaan mereka. Pengungkapan diri terjadi ketika individu menyampaikan kepada orang lain mengenai pikiran dan perasaan yang muncul dari pengalaman atau peristiwa yang baru saja dialaminya (Rusly dan Wijayanti, 2023).

Self-disclosure adalah bagian terpenting ketika orang berbicara satu sama lain. Ketika orang berkomunikasi satu sama lain, itu berarti berbagi informasi seperti berita, pesan, pengetahuan, pemikiran, dan nilai-nilai dengan orang lain. Tujuannya adalah agar orang lain ikut serta dalam memastikan komunikasi berjalan dengan baik, Orang yang berbagi informasi disebut actor (Hardiyanto et al., 2023).

Tingkat keterbukaan diri dan minat sosial yang lebih tinggi membantu menciptakan hasil yang lebih positif dalam percakapan, bahkan ketika orang-orang yang terlibat tidak saling mengenal. Dalam kehidupan nyata, keterbukaan diri sangat penting bagi setiap orang, terutama bagi mereka yang baru memasuki

usia dewasa muda, karena masa ini mengharuskan mereka untuk menjalin koneksi dan membangun hubungan dengan orang lain.

2.4 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah Komunikasi yang terjadi ketika dua orang atau lebih berbicara satu sama lain secara langsung tatap muka. Orang yang mengirim pesan dapat menyampaikannya dengan jelas, dan orang yang menerimanya dapat memahami dan membalas dengan segera. Interaksi semacam ini dapat mengubah perasaan atau tindakan seseorang. Saat berkomunikasi, seseorang perlu bersikap terbuka dan memperhatikan apa yang dikatakan orang lain, yang membantu komunikasi berjalan lancar. Komunikasi interpersonal berfokus pada tindakan yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu tujuan utama berbicara dengan orang lain adalah untuk menunjukkan kepedulian dan perhatian kepada mereka (Rizky dan Moulita, 2017).

Self-disclosure sangat penting dalam cara orang berkomunikasi satu sama lain. Hal ini membantu seseorang memahami diri mereka sendiri dengan lebih baik, merasa lebih positif tentang diri mereka sendiri dan orang lain, serta membangun hubungan yang nyata dengan orang lain. Karena pengungkapan diri sangat penting dalam komunikasi interpersonal, hal ini jelas memengaruhi cara orang berinteraksi satu sama lain.

Agar orang dapat membangun hubungan yang baik melalui komunikasi interpersonal, setiap orang harus memiliki sikap yang ramah, saling percaya, suka membantu, dan jujur. Hal ini membantu menciptakan pemahaman, rasa hormat, dan jalan bagi kedua belah pihak untuk tumbuh bersama. Ketika seseorang

terbuka dan berbagi pikiran atau perasaannya dengan orang lain melalui kata-kata, ini disebut pengungkapan diri.

Komunikasi interpersonal (interpersonal communication) didefinisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya "*The Interpersonal Communication Book*". "*The process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*" Proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang, dengan beberapa efek dan umpan balik langsung (Devito, 2012).

Faktor-faktor yang mempengaruhi proses komunikasi mencakup berbagai aspek yang saling terkait, mulai dari ekspektasi, persepsi, pilihan, tindakan, hingga bagaimana pesan dimaknai (Thariq dan Anshori, 2017). Seseorang yang pandai berkomunikasi cenderung merasa lebih bahagia dalam hubungannya dengan orang lain. Berbicara dengan orang lain adalah cara terbaik untuk mengubah cara mereka berpikir, merasa, dan bertindak (Mizco, 2011; Noor dan Isti', 2017).

Komunikasi interpersonal mempengaruhi *self-disclosure* dan juga perlu bagi remaja karena masa remaja adalah masa dimana individu tersebut belajar untuk menggunakan kemampuan dalam dirinya untuk memberi dan menerima dalam hal berhubungan dengan orang lain yang ada disekitarnya .

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atas hubungan antarvariabel yang disusun berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, serta akan diuji kebenarannya melalui analisis data empiris (Sugiyono, 2019) .

H₀: Tidak terdapat pengaruh penggunaan *filter beauty* instagram terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswa SMKS Multikarya.

H₁: Terdapat pengaruh penggunaan *filter beauty* instagram terhadap komunikasi self disclosure pada siswa SMKS Multikarya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan dengan menggunakan rancangan yang terstruktur, sesuai dengan sistematika penelitian ilmiah. Rancangan penelitian kuantitatif telah terdapat antara lain fenomena penelitian, masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, studi kepustakaan, review penelitian terdahulu, instrumen penelitian, populasi dan sampel, sumber dan jenis data, serta teknik analisis yang digunakan. Semua diungkap dengan jelas dan terstruktur sesuai ketentuan. Data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif atau dapat dikuantitatifkan dengan menghitung atau mengukur. Sehingga data kuantitatif lebih banyak berupa angka bukan kata-kata atau gambar. Sehingga data penelitian kuantitatif dapat berupa skala ordinal, nominal, interval ataupun rasio (Damanik et al., 2025).

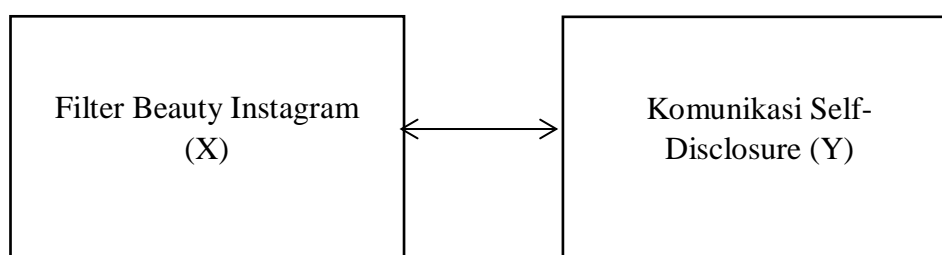
Penelitian kuantitatif juga berfungsi sebagai sarana untuk menawarkan literatur yang relevan. Dalam hal ini, penelitian kuantitatif menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian, menjelaskan tantangan-tantangan yang dihadapi dalam penelitian, serta menghasilkan permintaan untuk arah penelitian selanjutnya. Dengan demikian, penelitian kuantitatif memiliki peran yang signifikan dalam mengembangkan pengetahuan dan memperluas wawasan dalam bidang penelitian yang bersangkutan.

Penelitian kuantitatif memiliki ciri khas dalam menciptakan pernyataan tujuan, pertanyaan penelitian, dan hipotesis yang tepat, terukur, dan dapat diamati. Hal ini penting untuk memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan fokus yang jelas dan hasil yang dapat diinterpretasikan dengan baik.

Penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik untuk menganalisis pola-pola yang ada, membandingkan kelompok-kelompok yang berbeda, atau menghubungkan variabel-variabel yang diamati. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk menemukan interpretasi yang dapat dibandingkan dengan penelitian sebelumnya dan prediksi-prediksi yang telah ada. Dengan demikian, penelitian kuantitatif memberikan kontribusi yang berarti dalam memperkaya pengetahuan dan pemahaman kita tentang fenomena yang sedang diteliti.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah hasil pemikiran yang rasional dalam menguraikan rumusan hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari masalah yang diuji kebenarannya. Agar konsep-konsep dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan dengan mengubahnya menjadi variabel atau komponen.



3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep adalah sebuah konsep yang merujuk pada ide yang memiliki makna atau makna tertentu. Konsep-konsep ini membantu dalam merancang, menjelaskan, dan memahami berbagai aspek dalam suatu bidang studi. Adapun definisi konsep yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) *Filter beauty* Instagram

Penggunaan *filter beauty Instagram* merujuk pada bentuk presentasi diri di media sosial yang dilakukan individu melalui pemanfaatan fitur visual digital untuk memodifikasi, memperindah, dan menyesuaikan tampilan wajah atau penampilan sebelum dibagikan kepada publik.

Konsep ini berlandaskan pada Teori Presentasi Diri (*Self-Presentation Theory*) yang dikemukakan oleh Erving Goffman 1959, yang menyatakan bahwa individu berusaha mengelola kesan yang ingin ditampilkan kepada orang lain dalam interaksi sosial, termasuk dalam ruang digital. Dalam konteks media sosial, presentasi diri tidak lagi hanya dilakukan melalui perilaku langsung, tetapi juga melalui manipulasi visual dan simbolik, seperti penggunaan filter, pengeditan foto, dan pemilihan tampilan yang dianggap ideal (GOFFMAN, 1959).

fitur visual di Instagram, termasuk filter dan selfie, digunakan sebagai sarana membangun citra diri yang diinginkan di hadapan audiens digital (Ardhiani et al., 2023). Sementara itu, penggunaan filter

Instagram berkaitan dengan upaya meningkatkan kepercayaan diri dan penerimaan sosial melalui tampilan visual yang lebih menarik (Rohani dan Febriana, 2024). secara konseptual penggunaan *filter beauty* Instagram dalam penelitian ini dipahami sebagai bentuk strategi presentasi diri digital yang digunakan siswi untuk membentuk dan mengelola kesan diri melalui tampilan visual di media sosial.

2) Komunikasi *Self-Disclosure*

Komunikasi *self-disclosure* adalah proses pengungkapan informasi pribadi, baik berupa perasaan, pikiran, pengalaman, maupun pandangan diri kepada orang lain dalam suatu interaksi komunikasi. Konsep ini berlandaskan pada Teori *Self-disclosure* yang dikemukakan oleh Jourard 1971, yang menyatakan bahwa keterbukaan diri merupakan inti dari hubungan interpersonal dan menjadi dasar dalam membangun kedekatan, kepercayaan, serta pemahaman antarindividu. Dalam konteks komunikasi modern, *self-disclosure* tidak hanya terjadi secara tatap muka, tetapi juga melalui media sosial sebagai ruang komunikasi bermediasi komputer (Jourard, 1971). Instagram menjadi media yang memungkinkan remaja dan pengguna muda untuk mengungkapkan perasaan, identitas, dan pengalaman pribadi secara terbuka kepada audiens yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* di media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dengan komunikasi interpersonal langsung,

karena melibatkan aspek visual, teks, dan audiens publik (Muttaqien et al., 2022).

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah cara untuk menjelaskan suatu konsep sehingga dapat diukur. Ini membantu mengubah ide-ide abstrak menjadi sesuatu yang dapat diamati dan diuji. Hal ini memudahkan untuk mengumpulkan data dan melakukan pengukuran data

3.4.1. Variabel X - *Filter beauty Instagram*

Variabel penggunaan *filter beauty* Instagram dioperasionalkan sebagai tingkat intensitas dan pola pemanfaatan fitur filter visual dalam aktivitas siswa di Instagram sebagai bentuk presentasi diri digital. Indikator variabel ini diturunkan dari Teori Presentasi Diri Goffman (1959) dan dikontekstualisasikan dalam media sosial oleh (Ardhiani et al., 2023) serta (Rohani & Febriana, 2024) meliputi:

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Penggunaan <i>Filter beauty Instagram</i> (X)	Tingkat intensitas dan motivasi siswa dalam menggunakan fitur <i>filter beauty</i> pada Instagram sebagai sarana membentuk citra diri digital sebelum membagikan konten kepada audiens.	1. Frekuensi penggunaan filter 2. Motivasi memperindah tampilan diri 3. Persepsi Citra Digital 4. Kesadaran perbedaan diri nyata dan digital

3.4.2. Variabel Y- Komunikasi Self Disclosure

Variabel komunikasi *self-disclosure* dioperasionalkan sebagai tingkat keterbukaan siswa dalam menyampaikan informasi pribadi melalui komunikasi dan konten yang dibagikan di Instagram.

Indikator variabel ini diturunkan dari Teori *Self-disclosure* Jourard (1971) dan diperkuat oleh penelitian (Muttaqien et al., 2022), meliputi:

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Komunikasi Self-disclosure (Y)	Tingkat keterbukaan siswa dalam mengungkapkan informasi pribadi, perasaan, dan pengalaman melalui interaksi dan konten di Instagram.	1. Keterbukaan informasi pribadi 2. Kedalaman Pengungkapan diri 3. Kejujuran dalam komunikasi digital 4. Kenyamanan berbagi kepada audiens

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswi SMKS Multikarya yang terdaftar sebagai peserta didik aktif pada tahun ajaran berjalan. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 196 siswi perempuan. penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel agar proses pengumpulan data dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien tanpa mengurangi keakuratan hasil penelitian. Pembatasan populasi hanya pada siswi perempuan dilakukan karena fokus penelitian ini mengkaji fenomena penggunaan *beauty filter Instagram* dan komunikasi *self-disclosure* yang lebih relevan serta dominan dialami oleh remaja perempuan, sehingga kelompok ini dianggap paling sesuai dengan tujuan dan ruang lingkup penelitian. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% (0,1).

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan

Diketahui:

N = 196 Siswi

e = 0,1 (10%)

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel adalah:

$$n = \frac{196}{1 + 196(0,1^2)}$$

$$n = \frac{196}{1 + 1,96}$$

$$n = \frac{196}{2,96}$$

$$n = 66,21 \approx 66$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini sebanyak 66 Siswi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling. Teknik ini dipilih karena setiap anggota populasi, yaitu seluruh siswi SMKS Multikarya, memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai responden penelitian. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk meminimalkan bias peneliti dan memastikan bahwa sampel yang diperoleh dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Kuesioner digunakan sebagai teknik utama untuk mengumpulkan data mengenai penggunaan *filter beauty* Instagram dan komunikasi *self-disclosure* siswa. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan menggunakan skala Likert empat tingkat, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Kuesioner diberikan kepada responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian, baik secara

langsung maupun melalui media daring. Teknik ini dipilih karena mampu mengukur persepsi, sikap, dan perilaku responden secara kuantitatif serta memudahkan proses pengolahan data secara statistik (Sugiyono, 2019).

2. **Studi Dokumentasi**

Studi dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung yang berkaitan dengan jumlah siswa, pembagian jenis kelamin, serta profil umum SMKS Multikarya. Data diperoleh dari dokumen resmi sekolah seperti data kesiswaan, daftar siswa, dan arsip administrasi. Teknik ini digunakan untuk memastikan keakuratan data populasi dan sebagai dasar dalam penentuan jumlah sampel penelitian (Rohani dan Febriana, 2024).

3. **Observasi Terbatas**

Observasi terbatas dilakukan untuk memperoleh gambaran umum mengenai kondisi lingkungan sekolah dan pola penggunaan media sosial oleh siswa dalam konteks pembelajaran dan interaksi sosial. Observasi ini tidak digunakan sebagai data utama, melainkan sebagai data pendukung untuk memperkuat deskripsi penelitian (Sugiyono, 2019).

4. **Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian, seperti buku teks, jurnal ilmiah, artikel, dan karya ilmiah terdahulu. Studi ini bertujuan untuk memperoleh landasan teori mengenai penggunaan media sosial Instagram, *filter beauty*, dan konsep *self-disclosure*, serta sebagai dasar dalam penyusunan indikator variabel dan instrumen penelitian.

Teknik ini juga digunakan untuk membandingkan hasil penelitian dengan temuan penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2019).

3.7 Teknik Analisa Data

Menurut (Jailani et al., 2024), Analisis data adalah salah satu tahap penting dalam penelitian kuantitatif. Analisis data kuantitatif melibatkan penggunaan statisti dan Teknik matematika lainnya untuk meginterpretasikan data numerik yang telah dikumpulkan. Proses ini mencakup berbagai aktivitas, mulai dari pengelompokkan dan penyajian data, hingga penggunaan uji statistik yang kompleks untuk menguji hipotesis penelitian (Wasilah dan Ramahdoni, 2025). Adapun tahapan teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum jawaban responden terhadap variabel penggunaan *filter beauty Instagram* dan komunikasi *self-disclosure* (Sugiyono, 2019).

a. Rata-rata (Mean)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan :

\bar{X} = nilai rata-rata

$\sum X$ = jumlah skor

N = jumlah responden

b. Persentase

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = persentase

f = frekuensi jawaban

N = jumlah responden

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05. Apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka butir pernyataan dinyatakan valid (Arikunto, 2013).

Rumus Pearson Product Moment :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

N = jumlah responden

X = skor butir pernyataan

Y = skor total variabel

3. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat keandalan yang baik (Sugiyono, 2019).

Rumus Cronbach's Alpha:

$$\alpha = \frac{\mathcal{K}}{\mathcal{K} - 1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas

k = jumlah butir pernyataan

σ_i^2 = varians setiap butir

σ_t^2 = varians total

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi sebelum dilakukan analisis statistik parametrik (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan pendekatan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) serta didukung dengan metode grafik, yaitu melalui histogram dan Normal Probability Plot (P-P Plot).

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

1. Data dikatakan berdistribusi normal apabila grafik histogram menunjukkan pola distribusi yang simetris dan menyerupai lonceng (bell-shaped).
2. Data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik pada grafik Normal P-P Plot menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut.

5. Uji Korelasi (Pearson)

Uji korelasi Pearson Product Moment adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara dua variabel kuantitatif, yaitu variabel bebas dan variabel terikat, yang memiliki skala data interval atau rasio serta berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui (*X*) *self-disclosure* (*Y*) pada siswi SMKS Multikarya, apakah hubungan tersebut bersifat positif, negatif, atau tidak memiliki hubungan yang signifikan (Sugiyono, 2019).

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r = Koefisien korelasi antara variabel *X* dan *Y*

X = Skor variabel bebas (*Filter beauty* Instagram)

Y = Skor variabel terikat (Self-Disclosure)

$\sum X$ = Jumlah skor variabel *X*

$\sum Y$ = Jumlah skor variabel *Y*

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat Y

N = Jumlah responden

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel penggunaan *filter beauty* Instagram (X) terhadap komunikasi *self-disclosure* (Y). Model regresi dinyatakan dalam persamaan (Sugiyono, 2019):

Persamaan Regresi :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = komunikasi self-disclosure

X = penggunaan *filter beauty* Instagram

a = konstanta

b = koefisien regresi

Rumus Koefisien Regresi:

$$b = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{N\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{N}$$

7. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada taraf signifikansi 0,05. Apabila nilai t hitung

lebih besar dari t tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis alternatif diterima (Sugiyono, 2019).

Rumus Uji t:

$$t = \frac{b}{S_b}$$

Keterangan:

t = nilai uji t

b = koefisien regresi

S_b = standar error koefisien regresi

$$S_b = \frac{S_e}{\sqrt{\sum(X - \bar{X})^2}}$$

$$S_e = \sqrt{\frac{\sum(Y - \hat{Y})^2}{N - 2}}$$

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel penggunaan *filter beauty* Instagram terhadap komunikasi self-disclosure. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar pula pengaruh variabel X terhadap variabel Y (Sugiyono, 2019).

Rumus Koefisien Determinasi:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMKS Multikarya yang beralamat di Jalan STM No.10, RT.1, Kelurahan Sitirejo II, Kecamatan Medan Amplas, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara 20219. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa sekolah tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, khususnya dalam mengkaji perilaku siswa terkait penggunaan *filter beauty Instagram* dan komunikasi *self-disclosure*.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2025 sampai dengan Maret 2026. Selama periode tersebut, peneliti melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan penelitian, mulai dari penyusunan instrumen, penyebaran kuesioner kepada responden, hingga pengolahan dan analisis data.

3.9 Deskripsi Singkat Lokasi Penelitian

3.9.1 SMKS Multikarya Medan

Penelitian ini dilaksanakan di SMKS Multikarya yang beralamat di Jalan STM No.10, RT.1, Kelurahan Sitirejo II, Kecamatan Medan Amplas, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara 20219. SMKS Multikarya merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan swasta yang berada di wilayah strategis Kota Medan, dengan akses yang cukup mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar.

Secara geografis, lokasi sekolah ini terletak di kawasan perkotaan yang cukup padat penduduk, sehingga memiliki lingkungan sosial yang dinamis dan beragam. Hal ini menjadikan SMKS Multikarya sebagai tempat yang relevan untuk dijadikan lokasi penelitian, khususnya dalam mengkaji perilaku siswa yang

berkaitan dengan penggunaan media sosial, seperti *filter beauty* Instagram dan komunikasi self-disclosure.

Selain itu, SMKS Multikarya memiliki jumlah siswa yang cukup banyak dengan latar belakang yang beragam, sehingga dapat memberikan data yang representatif sesuai dengan kebutuhan penelitian. Fasilitas pendukung kegiatan belajar mengajar di sekolah ini juga cukup memadai, sehingga memungkinkan proses pengumpulan data penelitian dapat dilakukan dengan lancar.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2025 sampai dengan selesai, dengan menyesuaikan jadwal kegiatan sekolah serta ketersediaan responden dalam pengisian angket yang telah disebarakan oleh peneliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskriptif Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengolah data dalam bentuk angket yang terdiri dari 20 pernyataan untuk variabel penggunaan *filter beauty Instagram* (X) dan 20 pernyataan untuk variabel komunikasi *self-disclosure* (Y). Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 66 orang responden yaitu siswi SMKS Multikarya Medan sebagai sampel penelitian dengan menggunakan Skala Likert Summated Rating (LSR).

Tabel 4.1
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skala Jawaban
• Sangat Tidak Setuju	1
• Tidak Setuju	2
• Setuju	3
• Sangat Setuju	4

4.1.2 Karakteristik Responden

Berikut adalah karakteristik responden yang ada pada siswi Smks Multikarya Medan.

Tabel 4.2
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia Responden Siswi SMKS Multikarya Medan

USIA	KARAKTERISTIK	JUMLAH	PERSENTASE
	15 Tahun	7 Siswa	10,6 %
	16 Tahun	12 Siswa	18,2 %
	17 Tahun	36 Siswa	54,5 %
	18 Tahun	11 Siswa	16,7 %
TOTAL		66 Siswa	100 %

Sumber: data penelitian 2026

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 66 responden, diketahui bahwa mayoritas responden berusia 17 tahun yaitu sebanyak 36 siswa (54,5%). Selanjutnya, responden berusia 16 tahun sebanyak 12 siswa (18,2%), diikuti oleh usia 18 tahun sebanyak 11 siswa (16,7%), dan usia 15 tahun sebanyak 7 siswa (10,6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 17 tahun.

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Kelas Siswi SMKS
multikarya Medan

KARAKTERISTIK	JUMLAH	PERSENTASE
X	12 Siswa	18,2 %
XI	18 Siswa	27,3 %
XII	36 Siswa	54,5 %
TOTAL	66 Siswa	100 %

Sumber: data penelitian 2026

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari kelas XII yaitu sebanyak 36 siswa (54,5%). Selanjutnya, responden dari kelas XI sebanyak 18 siswa (27,3%), dan kelas X sebanyak 12 siswa (18,2%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat akhir pendidikan menengah atas.

Tabel 4.4
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Siswi SMKS
Multikarya Medan

	KARAKTERISTIK	JUMLAH	PERSENTASE
Jenis Kelamin	Laki-Laki	0	0 %
	Perempuan	66	100 %
	TOTAL	66	100 %

Sumber: data penelitian 2026

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa seluruh responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 66 siswa (100%). Hal ini dikarenakan penelitian difokuskan pada siswi di SMKS Multikarya Medan, sehingga seluruh responden yang terlibat merupakan perempuan.

4.1.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Berikut ini disajikan hasil statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian berdasarkan jawaban 66 responden.

4.1.3.1 Variabel Penggunaan *Filter beauty* Instagram

Tabel 4.5

Statistik Deskriptif Variabel Penggunaan *Filter beauty* Instagram (X) pada Siswi SMKS Multikarya Medan

Descriptive Statistics									
Item	N	Mean	Median	Mode	Std.Dev	Variance	Min	Max	Sum
X1	66	2,79	3,00	3,00	0,62	0,39	1,00	4,00	184,00
X2	66	2,56	2,00	2,00	0,64	0,40	2,00	4,00	169,00
X3	66	2,73	3,00	3,00	0,67	0,45	1,00	4,00	180,00
X4	66	2,56	3,00	2,00	0,64	0,40	1,00	4,00	169,00
X5	66	2,76	3,00	3,00	0,58	0,34	2,00	4,00	182,00
X6	66	2,79	3,00	3,00	0,71	0,51	1,00	4,00	184,00
X7	66	2,91	3,00	3,00	0,49	0,24	2,00	4,00	192,00
X8	66	2,59	3,00	3,00	0,55	0,31	2,00	4,00	171,00
X9	66	2,82	3,00	3,00	0,63	0,40	2,00	4,00	186,00
X10	66	2,52	2,00	2,00	0,61	0,38	1,00	4,00	166,00
X11	66	3,06	3,00	3,00	0,46	0,21	2,00	4,00	202,00
X12	66	2,97	3,00	3,00	0,61	0,37	2,00	4,00	196,00
X13	66	2,83	3,00	3,00	0,57	0,33	2,00	4,00	187,00
X14	66	2,91	3,00	3,00	0,60	0,36	2,00	4,00	192,00
X15	66	3,00	3,00	3,00	0,53	0,28	1,00	4,00	198,00

X16	66	2,44	2,00	2,00	0,77	0,59	1,00	4,00	161,00
X17	66	2,91	3,00	3,00	0,60	0,36	2,00	4,00	192,00
X18	66	2,92	3,00	3,00	0,56	0,32	2,00	4,00	193,00
X19	66	2,91	3,00	3,00	0,49	0,24	2,00	4,00	192,00
X20	66	2,58	2,00	2,00	0,66	0,43	2,00	4,00	170,00

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.5, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *filter beauty Instagram* pada siswi SMKS Multikarya Medan berada pada kategori sedang hingga tinggi. Mengacu pada skala Likert empat tingkat yang digunakan (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju), nilai rata-rata yang berkisar antara 2,44 hingga 3,06 mengindikasikan bahwa kecenderungan jawaban responden berada pada rentang tidak setuju hingga setuju, dengan mayoritas item mendekati angka 3 yang menunjukkan kecenderungan setuju.

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item X11 dengan skor sebesar 3,06, sedangkan nilai terendah berada pada item X16 dengan skor 2,44. Meskipun terdapat perbedaan pada beberapa item, secara umum seluruh nilai masih berada dalam kategori yang sama, yaitu cenderung setuju.

Nilai median dan modus yang didominasi oleh angka 3,00 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih jawaban setuju pada setiap pernyataan. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan *filter beauty Instagram* sudah menjadi hal yang umum di kalangan siswi SMKS Multikarya Medan.

Dari sisi penyebaran data, nilai standar deviasi yang berada pada kisaran 0,46 hingga 0,77 menunjukkan bahwa variasi jawaban responden relatif kecil. Artinya, jawaban yang diberikan oleh responden cenderung tidak jauh berbeda

satu sama lain, sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi responden terhadap penggunaan *filter beauty* cukup seragam.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif ini menunjukkan bahwa *filter beauty Instagram* tidak lagi sekadar digunakan sebagai pelengkap estetika, melainkan telah menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari siswi SMKS Multikarya dalam menggunakan media sosial. *Filter beauty* juga berperan dalam menunjang penampilan serta meningkatkan kepercayaan diri siswi secara situasional dalam berinteraksi di dunia digital.

4.1.3.2 Komunikasi Self-Disclosure

Tabel 4.6

Statistik Deskriptif Variabel Komunikasi *Self-disclosure* (Y) pada Siswi SMKS Multikarya Medan

Descriptive Statistics									
Item	N	Mean	Median	Mode	Std.Dev	Variance	Min	Max	Sum
Y1	66	2,20	2,00	2,00	0,56	0,31	1,00	4,00	145,00
Y2	66	2,39	2,00	2,00	0,52	0,27	2,00	4,00	158,00
Y3	66	2,12	2,00	2,00	0,51	0,26	1,00	3,00	140,00
Y4	66	2,23	2,00	2,00	0,52	0,27	1,00	3,00	147,00
Y5	66	2,30	2,00	2,00	0,66	0,43	1,00	4,00	152,00
Y6	66	2,42	2,00	2,00	0,56	0,31	2,00	4,00	160,00
Y7	66	2,36	2,00	2,00	0,57	0,33	1,00	4,00	156,00
Y8	66	2,62	3,00	3,00	0,55	0,30	1,00	4,00	173,00
Y9	66	2,58	3,00	2,00	0,61	0,37	2,00	4,00	170,00

Y10	66	2,20	2,00	2,00	0,50	0,25	1,00	3,00	145,00
Y11	66	2,42	2,00	2,00	0,56	0,31	2,00	4,00	160,00
Y12	66	2,45	2,00	2,00	0,56	0,31	1,00	4,00	162,00
Y13	66	2,76	3,00	3,00	0,63	0,40	2,00	4,00	182,00
Y14	66	2,80	3,00	3,00	0,53	0,28	2,00	4,00	185,00
Y15	66	2,58	3,00	2,00	0,61	0,37	2,00	4,00	170,00
Y16	66	2,45	2,00	2,00	0,56	0,31	1,00	4,00	162,00
Y17	66	2,21	2,00	2,00	0,51	0,26	1,00	4,00	146,00
Y18	66	2,36	2,00	2,00	0,54	0,30	2,00	4,00	156,00
Y19	66	2,52	2,50	2,00	0,53	0,28	2,00	4,00	166,00
Y20	66	2,58	3,00	3,00	0,63	0,40	1,00	4,00	170,00

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.6, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya Medan berada pada tingkat sedang dan cenderung rendah. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata (*mean*) yang berada pada rentang 2,12 hingga 2,80. Nilai tertinggi terdapat pada item Y14 sebesar 2,80, sedangkan nilai terendah terdapat pada item Y3 sebesar 2,12. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa keterbukaan diri responden belum merata pada semua aspek.

Nilai median dan modus yang sebagian besar berada pada angka 2,00 menunjukkan bahwa responden lebih banyak memilih jawaban tidak setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden cenderung masih membatasi diri dalam mengungkapkan perasaan, pengalaman, maupun informasi pribadi di media sosial.

Dari sisi penyebaran data, nilai standar deviasi yang berada pada kisaran 0,50 hingga 0,66 menunjukkan bahwa jawaban responden tidak terlalu bervariasi atau relatif seragam. Artinya, pola jawaban antar responden tidak jauh berbeda satu sama lain.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa tingkat komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya Medan masih tergolong sedang dan cenderung rendah, sehingga menunjukkan bahwa keterbukaan diri di media sosial belum dilakukan secara maksimal oleh siswi SMKS Multikarya Medan.

4.1.4 Uji Kualitas Instrumen

4.1.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Syarat suatu item dinyatakan valid adalah jika nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari nilai r tabel. Untuk $N = 66$ pada taraf signifikansi 5%, nilai r tabel adalah 0,242.

a. Variabel Penggunaan *Filter beauty Instagram* (X)

Uji validitas pada variabel penggunaan *filter beauty Instagram* (X) dilakukan dengan menggunakan teknik *Pearson Product Moment*. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 24, diperoleh nilai *corrected item-total correlation* untuk setiap item pernyataan. Adapun hasil uji validitas variabel X dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan *Filter beauty* Instagram (X)

No	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1	0,434	0,242	Valid
2	X2	0,582	0,242	Valid
3	X3	0,446	0,242	Valid
4	X4	0,388	0,242	Valid
5	X5	0,510	0,242	Valid
6	X6	0,454	0,242	Valid
7	X7	0,386	0,242	Valid
8	X8	0,400	0,242	Valid
9	X9	0,343	0,242	Valid
10	X10	0,417	0,242	Valid
11	X11	0,357	0,242	Valid
12	X12	0,569	0,242	Valid
13	X13	0,302	0,242	Valid
14	X14	0,337	0,242	Valid
15	X15	0,534	0,242	Valid
16	X16	0,316	0,242	Valid
17	X17	0,337	0,242	Valid
18	X18	0,278	0,242	Valid
19	X19	0,386	0,242	Valid

No	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
20	X20	0,574	0,242	Valid

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.7, seluruh butir pernyataan (X1 sampai dengan X20) memiliki nilai *corrected item-total correlation* yang berkisar antara 0,278 hingga 0,582. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari r tabel sebesar 0,242, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel penggunaan *filter beauty Instagram* (X) dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

b. Variabel Komunikasi *Self-disclosure* (Y)

Uji validitas pada variabel komunikasi *self-disclosure* (Y) dilakukan dengan menggunakan teknik Pearson Product Moment. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS versi 24, diperoleh nilai *corrected item-total correlation* untuk setiap item pernyataan. Adapun hasil uji validitas variabel Y dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi *Self-disclosure* (Y)

No	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y1	0,337	0,242	Valid
2	Y2	0,402	0,242	Valid
3	Y3	0,263	0,242	Valid
4	Y4	0,514	0,242	Valid
5	Y5	0,269	0,242	Valid
6	Y6	0,640	0,242	Valid
7	Y7	0,516	0,242	Valid

8	Y8	0,388	0,242	Valid
9	Y9	0,721	0,242	Valid
10	Y10	0,267	0,242	Valid
11	Y11	0,640	0,242	Valid
12	Y12	0,387	0,242	Valid
13	Y13	0,329	0,242	Valid
14	Y14	0,368	0,242	Valid
15	Y15	0,721	0,242	Valid
16	Y16	0,419	0,242	Valid
17	Y17	0,362	0,242	Valid
18	Y18	0,299	0,242	Valid
19	Y19	0,360	0,242	Valid
20	Y20	0,355	0,242	Valid

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.8, seluruh butir pernyataan (Y1 sampai dengan Y20) memiliki nilai corrected item-total correlation yang berkisar antara 0,263 hingga 0,721. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari r tabel sebesar 0,242, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel komunikasi *self-disclosure* (Y) dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan bantuan program SPSS versi 24.

Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

a. Variabel Penggunaan *Filter beauty* Instagram (X)

Uji reliabilitas pada variabel penggunaan *filter beauty* Instagram (X) dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Adapun hasil uji reliabilitas variabel X dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan *Filter beauty* Instagram (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,839	20

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.9, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,839. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan *filter beauty Instagram* (X) dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

b. Variabel Komunikasi *Self-disclosure* (Y)

Uji reliabilitas pada variabel komunikasi *self-disclosure* (Y) dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Adapun hasil uji reliabilitas variabel Y dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi *Self-disclosure* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,847	20

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.10, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,847. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi *self-disclosure* (Y) dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

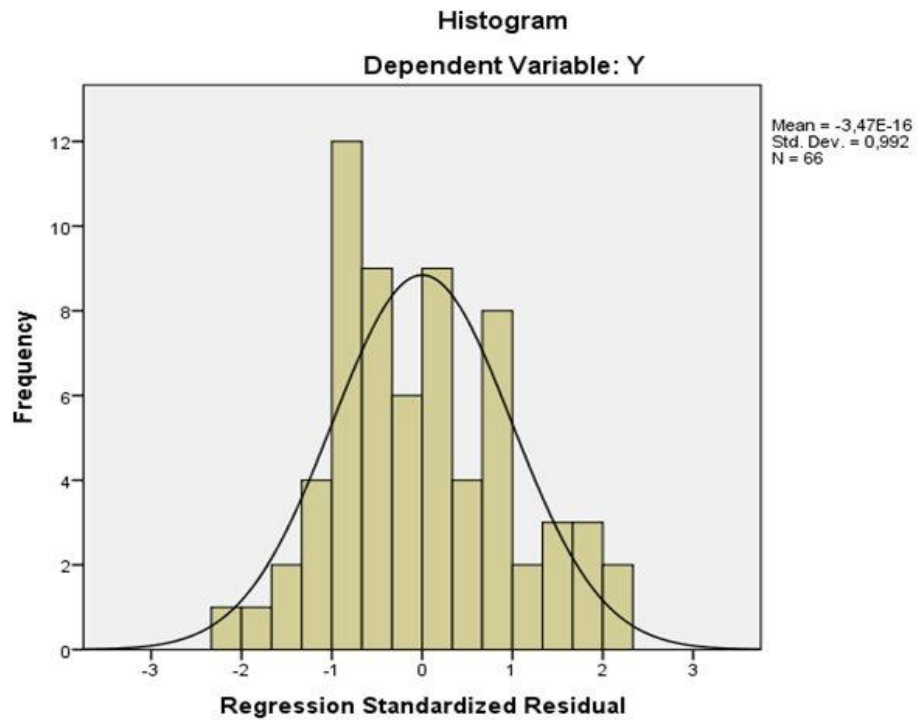
Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel penggunaan *filter beauty Instagram* (X) sebesar 0,839 dan pada variabel komunikasi *self-disclosure* (Y) sebesar 0,847. Kedua nilai tersebut telah memenuhi kriteria reliabilitas karena lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel yang diteliti.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi sebelum dilakukan analisis statistik parametrik.

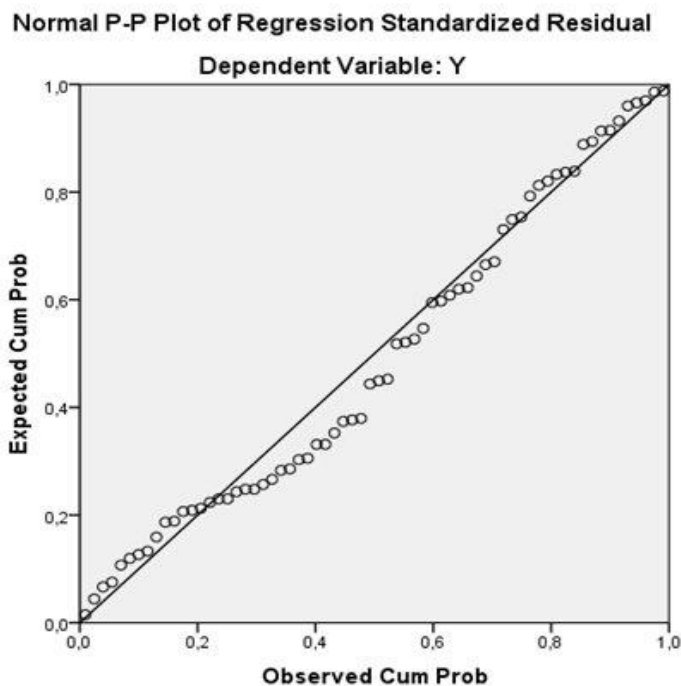
Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan secara visual melalui grafik histogram dan Normal Probability Plot (P-P Plot) dari residual data. Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.1 Histogram Residual

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Gambar 4.1, grafik histogram menunjukkan bahwa kurva yang terbentuk mendekati bentuk lonceng (*bell-shaped*) meskipun terdapat sedikit kemiringan ke kiri. Secara umum, pola distribusi data residual dalam penelitian ini masih dapat dikatakan mendekati distribusi normal.



Gambar 4.2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Gambar 4.2, hasil uji normalitas melalui grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi data mendekati distribusi normal.

Berdasarkan kedua hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal, sehingga model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis statistik parametrik, khususnya analisis regresi linear.

4.1.6 Analisis Hubungan dan Pengaruh

4.1.6.1 Uji Korelasi (Pearson)

Uji korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara penggunaan *filter beauty* Instagram dengan komunikasi self

disclosure pada siswi SMKS Multikarya. Adapun hasil uji korelasi Pearson dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Korelasi Pearson Penggunaan *Filter beauty* Instagram terhadap Komunikasi Self Disclosure pada Siswi SMKS Multikarya

Correlations			
		Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram (X)	Komunikasi Self Disclosure (Y)
Penggunaan <i>Filter beauty</i> Instagram (X)	Pearson Correlation	1	,364*
	Sig. (2- tailed)		,003
	N	66	66
Komunikasi Self Disclosure (Y)	Pearson Correlation	,364*	1
	Sig. (2- tailed)	,003	
	N	66	66

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.11, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi Pearson antara penggunaan *filter beauty* Instagram dengan komunikasi self disclosure pada siswi SMKS Multikarya sebesar 0,364 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Karena nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan *filter beauty Instagram* dengan komunikasi *self disclosure* pada siswi SMKS Multikarya. Adapun nilai koefisien korelasi sebesar 0,364 menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan *filter beauty Instagram* dengan komunikasi *self*

disclosure berada pada kategori lemah dengan arah hubungan yang positif, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan *filter beauty Instagram* maka semakin tinggi pula komunikasi *self disclosure* pada siswi SMKS Multikarya.

4.1.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi self disclosure pada siswi SMKS Multikarya. Adapun hasil analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Penggunaan *Filter beauty Instagram* terhadap Komunikasi Self Disclosure pada Siswi SMKS Multikarya

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29,322	6,183		4,743	,000
	Penggunaan <i>Filter beauty Instagram</i> (X)	,346	,111	,364	3,129	,003

a. Dependent Variable: Komunikasi Self Disclosure (Y)

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.12, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 29,322 + 0,346X$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. **Konstanta (a) = 29,322.** Nilai konstanta sebesar 29,322 menunjukkan bahwa komunikasi *self disclosure* pada siswi SMKS Multikarya (Y) memiliki nilai dasar sebesar 29,322 sebelum dipengaruhi oleh variabel penggunaan *filter beauty Instagram* (X). Nilai ini merupakan nilai tetap yang bersifat matematis dalam persamaan regresi.
2. **Koefisien Regresi (b) = 0,346.** Nilai koefisien regresi sebesar 0,346 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada penggunaan *filter beauty Instagram*, maka komunikasi *self disclosure* pada siswi SMKS Multikarya akan meningkat sebesar 0,346. Koefisien bertanda positif yang berarti terdapat pengaruh positif antara penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi *self disclosure*.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,346 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Karena nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *filter beauty Instagram* berpengaruh positif dan signifikan terhadap komunikasi *self disclosure* pada siswi SMKS Multikarya. Artinya, semakin sering siswi menggunakan *filter beauty Instagram*, maka akan semakin meningkat pula keterbukaan diri (*self disclosure*) mereka dalam berkomunikasi. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi *self disclosure* pada siswi SMKS Multikarya diterima.

4.1.6.3 Uji Hipotesis (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah terdapat dampak yang signifikan antara penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya. Adapun hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji T (Uji Parsial) Penggunaan *Filter beauty Instagram* terhadap Komunikasi Self Disclosure pada Siswi SMKS Multikarya

Hasil Uji T					
Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.	Alpha (α)	Keterangan
Penggunaan <i>Filter beauty Instagram</i> (X) → Komunikasi Self Disclosure (Y)	3,129	1,998	0,003	0,05	Signifikan

Keterangan: t tabel dengan $df = 64$ ($N-2 = 66-2$) pada taraf signifikansi 5% (0,05) adalah 1,998
 Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.13, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,129 sedangkan nilai t tabel dengan $df = 64$ ($N-2 = 66-2$) pada taraf signifikansi 5% adalah sebesar 1,998. Karena nilai t hitung $3,129 > t$ tabel 1,998 dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti terdapat dampak yang signifikan antara penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat dampak penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya diterima.

4.1.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau dampak penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi

self disclosure pada siswi SMKS Multikarya. Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Penggunaan *Filter beauty* Instagram terhadap Komunikasi Self Disclosure pada Siswi SMKS Multikarya

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,364a	,133	,119	5,34507

a. Predictors: (Constant), Penggunaan *Filter beauty* Instagram (X)

b. Dependent Variable: Komunikasi Self Disclosure (Y)

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 4.14, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,364 yang menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan *filter beauty* Instagram dengan komunikasi *self disclosure* pada siswi SMKS Multikarya tergolong dalam kategori lemah. Selanjutnya, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,133 atau sebesar 13,3%. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *filter beauty* Instagram memberikan kontribusi atau dampak sebesar 13,3% terhadap komunikasi self disclosure pada siswi SMKS Multikarya. Sementara itu, sisanya sebesar 86,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kepercayaan diri siswi, konsep diri, pengaruh teman sebaya, serta intensitas penggunaan media sosial lainnya yang juga dapat mempengaruhi komunikasi self disclosure pada siswi SMKS Multikarya.

4.2 Pembahasan

Bagian ini membahas hasil penelitian yang telah diperoleh berdasarkan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya. Pembahasan ini mengacu pada rumusan masalah penelitian, yaitu mengenai tingkat penggunaan *filter beauty Instagram*, tingkat komunikasi *self-disclosure*, serta dampak penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya.

4.2.1 Tingkat Penggunaan *Filter beauty Instagram* pada Siswi SMKS Multikarya

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 4.5, diketahui bahwa tingkat penggunaan *filter beauty Instagram* pada siswi SMKS Multikarya berada pada kategori sedang hingga tinggi, dengan nilai rata-rata (mean) yang berkisar antara 2,44 hingga 3,06. Mengacu pada skala Likert empat tingkat yang digunakan dalam penelitian ini (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju), nilai rata-rata tersebut berada pada rentang antara kategori tidak setuju hingga setuju, dengan sebagian besar item mendekati atau berada pada angka 3 yang menunjukkan kecenderungan setuju. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item X11 dengan skor 3,06 yang berkaitan dengan indikator persepsi citra digital, sedangkan nilai terendah terdapat pada item X16 dengan skor 2,44 yang berkaitan dengan kesadaran perbedaan diri nyata dan digital.

Dominasi nilai median dan modus pada angka 3,00 menunjukkan bahwa sebagian besar siswi cenderung memilih jawaban setuju pada setiap pernyataan yang berkaitan dengan penggunaan *filter beauty Instagram*. Hal ini

mengindikasikan bahwa penggunaan *filter beauty Instagram* telah menjadi kebiasaan yang umum di kalangan siswi SMKS Multikarya dalam aktivitas media sosial mereka sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Mewengkang et al. (2024) yang menyatakan bahwa filter kecantikan *Augmented Reality (AR)* telah menjadi bagian dari gaya hidup perempuan muda, khususnya dalam kegiatan mengunggah foto dan video di Instagram. *Filter beauty* tidak lagi sekadar alat estetika, melainkan telah berkembang menjadi sarana presentasi diri digital yang digunakan untuk membentuk citra diri yang diinginkan di hadapan audiens media sosial. Hal ini juga selaras dengan Teori Presentasi Diri (*Self-Presentation Theory*) yang dikemukakan oleh Erving Goffman (1959), yang menyatakan bahwa individu berusaha mengelola kesan yang ingin ditampilkan kepada orang lain dalam interaksi sosial, termasuk dalam ruang digital.

Selain itu, nilai standar deviasi yang berada pada kisaran 0,46 hingga 0,77 menunjukkan bahwa variasi jawaban antar responden relatif kecil, yang berarti persepsi siswi terhadap penggunaan *filter beauty Instagram* cukup seragam. Kondisi ini memperkuat kesimpulan bahwa *filter beauty Instagram* telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas media sosial siswi SMKS Multikarya, sekaligus memiliki peran penting dalam menunjang penampilan dan meningkatkan kepercayaan diri dalam berinteraksi di dunia digital.

4.2.2 Tingkat Komunikasi *Self-disclosure* pada Siswi SMKS Multikarya

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 4.6, diketahui bahwa tingkat komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya berada pada kategori sedang dan cenderung rendah, dengan nilai rata-rata (*mean*) yang berkisar antara 2,12 hingga 2,80. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item Y14 dengan skor 2,80 yang berkaitan dengan indikator kenyamanan berbagi kepada audiens, sedangkan nilai terendah terdapat pada item Y3 dengan skor 2,12 yang berkaitan dengan keterbukaan informasi pribadi.

Dominasi nilai median dan modus pada angka 2,00 menunjukkan bahwa sebagian besar siswi cenderung memilih jawaban tidak setuju pada pernyataan yang berkaitan dengan keterbukaan diri di media sosial. Hal ini menggambarkan bahwa siswi SMKS Multikarya masih membatasi diri dalam mengungkapkan perasaan, pengalaman, maupun informasi pribadi di Instagram.

Temuan ini dapat dipahami melalui Teori *Self-disclosure* yang dikemukakan oleh Jourard (1971), yang menyatakan bahwa keterbukaan diri merupakan inti dari hubungan interpersonal. Rendahnya tingkat *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya menunjukkan bahwa meskipun mereka aktif menggunakan Instagram, keterbukaan diri yang dilakukan masih bersifat selektif dan terkondisi oleh ekspektasi penerimaan sosial. Hal ini selaras dengan temuan Muttaqien et al. (2022) yang menyatakan bahwa *self-disclosure* di media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dengan komunikasi interpersonal langsung, karena melibatkan aspek visual, teks, dan audiens publik yang lebih luas.

Kondisi ini juga sejalan dengan konsep Johari Window yang dikemukakan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham (1955), di mana area tersembunyi (*hidden*

area) individu masih mendominasi, artinya siswi lebih banyak menyimpan informasi pribadi untuk diri sendiri dan belum sepenuhnya terbuka kepada audiens di media sosial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keterbukaan diri siswi SMKS Multikarya di media sosial belum dilakukan secara maksimal.

4.2.3 Dampak Penggunaan *Filter beauty* Instagram terhadap Komunikasi *Self-disclosure* pada Siswi SMKS Multikarya

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson pada Tabel 4.11, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,364 dengan nilai signifikansi 0,003. Karena nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, maka terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan *filter beauty Instagram* dengan komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya. Nilai korelasi sebesar 0,364 menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara kedua variabel tersebut berada pada kategori lemah, namun tetap signifikan secara statistik.

Hasil analisis regresi linear sederhana pada Tabel 4.12 menunjukkan persamaan regresi $Y = 29,322 + 0,346X$. Nilai koefisien regresi sebesar 0,346 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *penggunaan filter beauty Instagram*, maka komunikasi *self-disclosure* siswi akan meningkat sebesar 0,346. Arah koefisien yang positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *filter beauty Instagram*, maka semakin tinggi pula komunikasi *self-disclosure* siswi SMKS Multikarya.

Hasil uji T pada Tabel 4.13 menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,129 yang lebih besar dari t tabel 1,998, dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan *filter beauty Instagram* memberikan dampak

yang signifikan terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya, sehingga H_1 diterima.

Adapun berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 4.14, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,133 atau 13,3%. Hal ini berarti penggunaan *filter beauty Instagram* berkontribusi sebesar 13,3% terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya, sedangkan sisanya sebesar 86,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kepercayaan diri, konsep diri, pengaruh teman sebaya, serta intensitas penggunaan media sosial lainnya.

Temuan ini mendukung penelitian Millenia dan Hidayat (2025) yang menunjukkan adanya kaitan antara penggunaan *filter beauty* dengan *self-disclosure*, di mana *filter beauty* membantu pengguna merasa lebih percaya diri dalam mengungkapkan diri di media sosial. *Filter beauty* berfungsi sebagai sarana yang memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan diri secara situasional, sehingga membuka ruang bagi terjadinya komunikasi *self-disclosure* secara daring.

Meskipun demikian, keterbukaan yang ditampilkan siswi cenderung masih bersifat selektif. Hal ini terlihat dari nilai R^2 yang hanya sebesar 13,3%, yang mengindikasikan bahwa penggunaan *filter beauty Instagram* bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi komunikasi *self-disclosure*. Artinya, terdapat faktor-faktor lain yang turut berperan dalam mendorong atau menghambat keterbukaan diri siswi di media sosial. Kondisi ini selaras dengan pandangan Goffman (1959)

bahwa presentasi diri diruang digital bersifat selektif dan selalu mempertimbangkan penerimaan sosial dari audiens.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *filter beauty Instagram* memberikan dampak yang positif dan signifikan secara statistik terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya. Namun demikian, penting untuk ditegaskan bahwa meskipun hubungan tersebut signifikan, kekuatan hubungannya tergolong lemah ($r = 0,364$) dengan kontribusi hanya sebesar 13,3% ($R^2 = 0,133$). Hal ini berarti bahwa *filter beauty Instagram* bukan merupakan faktor dominan, melainkan hanya salah satu dari sekian banyak faktor yang turut memengaruhi komunikasi *self-disclosure* siswi. Dengan demikian, temuan ini harus dimaknai secara proporsional: signifikan secara statistik tidak serta-merta berarti besar pengaruhnya secara praktis. Masih terdapat 86,7% variasi komunikasi *self-disclosure* yang ditentukan oleh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian ini, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk mengungkap faktor-faktor tersebut secara lebih komprehensif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai dampak penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat penggunaan *filter beauty Instagram* pada siswi SMKS Multikarya berada pada kategori sedang hingga tinggi, dengan nilai rata-rata (mean) yang berkisar antara 2,44 hingga 3,06 berdasarkan skala Likert empat tingkat. Nilai-nilai ini mengindikasikan kecenderungan jawaban responden berada pada rentang tidak setuju hingga setuju, dengan mayoritas item mendekati angka 3 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *filter beauty Instagram* telah menjadi kebiasaan yang umum dalam aktivitas media sosial siswi sehari-hari. *Filter beauty* tidak hanya digunakan sebagai pelengkap estetika, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari cara siswi menampilkan diri dan membangun citra digital mereka di Instagram.
2. Tingkat komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya berada pada kategori sedang dan cenderung rendah, dengan nilai rata-rata (mean) yang berkisar antara 2,12 hingga 2,80. Hal ini menunjukkan bahwa siswi masih membatasi diri dalam mengungkapkan perasaan, pengalaman, maupun informasi pribadi di media sosial. Keterbukaan diri yang

dilakukan cenderung bersifat selektif dan terkondisi oleh ekspektasi penerimaan sosial dari audiens di Instagram.

3. Terdapat dampak yang positif dan signifikan secara statistik antara penggunaan *filter beauty Instagram* terhadap komunikasi *self-disclosure* pada siswi SMKS Multikarya. Hal ini dibuktikan dari nilai koefisien korelasi Pearson sebesar 0,364 dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, nilai t hitung sebesar $3,129 > t$ tabel 1,998, serta nilai R Square sebesar 0,133 atau 13,3%. Meskipun signifikan secara statistik, kekuatan hubungan antarvariabel ini tergolong lemah berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan *filter beauty Instagram*, maka semakin tinggi pula komunikasi *self-disclosure* siswi SMKS Multikarya, namun pengaruhnya tidak besar secara praktis karena masih terdapat 86,7% faktor lain yang turut memengaruhi komunikasi *self-disclosure* di luar variabel penelitian ini, seperti kepercayaan diri, konsep diri, harga diri, dan pengaruh teman sebaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, nilai koefisien determinasi (R^2) yang hanya sebesar 13,3% menunjukkan bahwa model penelitian ini hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi dalam komunikasi *self-disclosure*, sehingga terdapat banyak faktor penting lainnya yang belum diteliti. Kedua, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang bersifat *self-report*, sehingga jawaban responden berpotensi mengandung *social desirability bias*, yaitu kecenderungan menjawab

sesuai dengan apa yang dianggap baik secara sosial bukan kondisi sebenarnya. Ketiga, populasi penelitian ini hanya terbatas pada siswi SMKS Multikarya Medan, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan secara luas kepada kelompok remaja perempuan lainnya. Keempat, penelitian ini tidak melakukan observasi langsung terhadap perilaku penggunaan *filter beauty* Instagram di media sosial, sehingga data yang diperoleh sepenuhnya bergantung pada persepsi subjektif responden.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

a. Bagi Siswi SMKS Multikarya

Siswi diharapkan untuk lebih bijak dan kritis dalam menggunakan *filter beauty* Instagram dengan memahami bahwa tampilan visual yang dihasilkan filter digital tidak mencerminkan identitas diri yang sesungguhnya. Secara konkret, siswi disarankan untuk: (1) aktif mengikuti program literasi digital yang diselenggarakan sekolah guna memahami dampak jangka panjang ketergantungan pada filter kecantikan terhadap citra diri dan kesehatan mental; (2) mulai melatih keterbukaan diri secara autentik di media sosial, misalnya dengan sesekali mengunggah konten tanpa filter sebagai langkah membangun kepercayaan diri yang bersumber dari dalam diri sendiri; serta (3) aktif berdiskusi dengan teman sebaya atau konselor sekolah apabila merasa tidak nyaman atau cemas tampil tanpa filter di media sosial. Kepercayaan diri yang sesungguhnya hendaknya

dibangun dari penerimaan diri secara penuh, bukan semata-mata bergantung pada modifikasi visual yang dihasilkan oleh teknologi filter digital.

b. Bagi Pihak Sekolah dan Guru

Pihak sekolah dan guru diharapkan dapat memberikan edukasi dan literasi digital kepada siswi mengenai penggunaan media sosial yang sehat dan bertanggung jawab. Hal ini dapat dilakukan melalui program bimbingan dan konseling yang membahas tentang dampak penggunaan *filter beauty* terhadap citra diri dan komunikasi remaja. Guru juga diharapkan dapat menciptakan lingkungan belajar yang mendorong siswi untuk lebih percaya diri dalam berkomunikasi secara autentik, baik di dunia nyata maupun di media sosial.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji topik serupa, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain yang turut memengaruhi komunikasi self-disclosure, seperti kepercayaan diri, konsep diri, harga diri, pengaruh teman sebaya, serta intensitas penggunaan media sosial lainnya. Hal ini penting mengingat nilai R Square dalam penelitian ini hanya sebesar 13,3%, yang berarti masih terdapat 86,7% faktor lain yang belum diteliti. Selain itu, peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas populasi penelitian tidak hanya pada siswi SMKS Multikarya, tetapi juga pada kelompok remaja perempuan lainnya agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, Meifilina, A., & Kusumawijayanti, A. R. (2024). Komunikasi Interpersonal Pengungkapan Diri (Self-Disclosure) Penggunaan Second account di Instagram (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Islam Balitar Blitar). *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 13(2), 72–83. <https://doi.org/10.35457/translitera.v13i2.3893>
- Angga, I. K. C. W., & Nugroho, H. B. (2025). Konstruksi Sosial dan Teknologi: Fenomena Penggunaan Fitur Close Friend dalam Second Account Instagram. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, 8(2), 308–327.
- Ardhiani, O., Harsanti, I., & Fitriani, R. (2023). Potret Diri (Selfie) Di Instagram: Kontribusi Mediated-Self Disclosure Pada Harga Diri Remaja Pengguna Instagram. *BroadComm*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v5i1.246>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (4th ed.). PT Rineka Cipta.
- Auliya, A. A., Yahya, A. B., & Huryos, F. K. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA DI INDONESIA. *JURNAL HARMONI NUSA BANGSA*, 1(1), 57–66.
- Bin Rohmad, M. H., & Suranto, S. (2024). Manajemen media sosial (studi kasus pada akun Instagram @kemendag). *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(4), 394–405. <https://doi.org/10.21831/lektur.v6i4.20979>
- Damanik, M. R., Manik, R. L., & Khadafi, M. (2025). Kelebihan dan Kekurangan Metode Penelitian Kuantitatif: Kelebihan dan Kekurangan. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(7), 13479–13496.
- Devito, J. A. (2012). *The Interpersonal Communication Book* (Karon Bowers (ed.); 13th ed.). Pearson Higher Education.
- GOFFMAN, E. (1959). *THE PRESENTATION OF SELF IN EVERYDAY LIFE* (2nd ed.). Doubleday & Company, Inc.
- Hardiyanto, S., Mucklis, Lubis, F. H., Hidayat, F. P., Saputra, A., & Hutami, A.

- N. F. (2023). Parents' Interpersonal Communication in Improving Children's Learning Motivation in Medan City. *Atlantis Press*, 3(1), 163–169. <https://doi.org/10.2991/978-2-494069-07-7>
- Hasanah, U. (2023). Instagram dan Pengungkapan Diri Perempuan Maskulin. *Jurnal Riset Komunikasi Terapan*, 01(02), 109–122.
- Jailani, S., Risnita, Saksitha, Syahrani, M., & Arestya, D. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Jourard, S. M. (1971). *Self-Disclosure: An Experimental Analysis of the Transparent Self*. Wiley-Interscience.
- Mewengkang, R. G., Sulistyani, H. D., & Rahmiaji, L. R. (2024). MEMAHAMI PENGALAMAN PEREMPUAN DALAM PENGGUNAAN AUGMENTED REALITY BEAUTY FILTER PADA PLATFORM INSTAGRAM. *Interaksi Online*, 12(4), 988–1004.
- Millenia, Z., & Hidayat, T. W. (2025). Dampak Penggunaan Filter Instagram dan Tiktok Terhadap Citra Diri, Terutama Bagi Wanita. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 7(2), 144–150. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v7i2.5934>
- Muttaqien, A. F., Hibatullah, F., & Wulandari, R. (2022). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Pengungkapan Diri. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(3), 370–375. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.396>
- Noor, F., & Isti', L. (2017). Profil Komunikasi Interpersonal Mahasiswa. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 1(1), 40–49.
- Putri, Y. T., & Anggapuspa, M. L. (2022). Perancangan Microblog Instagram Sebagai Media Edukasi Kelas Bisnis Online Toko Bahan Kue Qonaahshop. *Jurnal Barik*, 3(2), 46–56.
- Rizky, R. N., & Moulita. (2017). Penanaman Nilai-Nilai Islam Melalui Komunikasi Interpersonal Orang Tua Pada Anak. *Jurnal Interaksi*, 1(2), 206–219.
- Rohani, D. L., & Febriana, P. (2024). Keingintahuan dan Kepercayaan Diri

- Remaja yang Menggunakan Filter Instagram di Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 164–174.
<https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2891>
- Rusly, N. F., & Wijayanti, Q. N. (2023). PERILAKU SELF DISCLOSURE PADA KALANGAN REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER. *Jurnal Media Akademik*, 1(1), 390–400.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(1), 23–36.
<https://doi.org/10.30596/persepsi.v>
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF* (Sutopo (ed.); 1st ed.). CV. ALFABETA.
- Tambunan, R. J., Hutabarat, A. R., Santoso, Y. S., & Sari, Y. (2024). Konstruksi Identitas Dan Kecantikan Melalui Teknologi Filter Manipulasi Wajah (Analisis Semiotika Visual Roland Barthes). *Scientica :Jurnal Ilmiah Sain Dan Teknologi*, 2 (2), 197–220.
- Thariq, M., & Anshori, A. (2017). Komunikasi Adaptasi Mahasiswa Indekos. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 156–173.
- Wasilah, I., & Ramahdoni, A. F. S. (2025). Analisis Data Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Kajian Agama Islam*, 9(11), 107.
- 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>

Dokumentasi



SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila memiliki keluhan agar dapat segera
dijawab dan ditanggapi

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berjaringan Kaputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PTIAK/KPI/PT/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtarr Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

Website: <https://fkip.umsu.ac.id> Email: fkip@umsu.ac.id Instagram: @umsuamedan Facebook: @umsuamedan Twitter: @umsuamedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi *Dr. Akhyar Anshori S.Sos. M.I. Kom*
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 8 Desember 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama Lengkap : *VALIA FAZLEERA CAULIEA GULO*
NPM : *2203110097*
Program Studi : *ILMU KOMUNIKASI*
Tabungan sks : *122* sks, IP Kumulatif *3.76*

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi komunikasi SMKs MULTIKARYA dalam membangun relasi dengan dunia Industri di kota Medan	
2	dampak penggunaan Filter beauty Instagram terhadap komunikasi Self disclosure pada Siswa SMKs multikarya	<i>✓</i> <i>Des 2025</i>
3	Peran Integrated marketing communication dalam mengafasi stigma negatif layanan companion service pada Instagram @barengtemanJalan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan:

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.
Medan, tgl. *9 Desember*..... *2025*

Ketua,

Dr. Akhyar Anshori S.Sos. M.I. Kom
NIDN: *0127048401*

070.22.311

Pemohon,

(VALIA FAZLEERA CAULIEA GULO)
Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi:

(Abdurrahman Zuhdi)
NIDN: *0104129701*



SK-2 Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

File merupaka surat ini agar diketahui nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/AK-Pj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📠 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 2170/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 09 Desember 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **VALIA FAZIERA CAULIEA GULO**
N P M : 2203110097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **DAMPAK PENGGUNAAN FILTER BEAUTY INSTAGRAM TERHADAP KOMUNIKASI SELF DISCLOSURE PADA SISWA SMKS MULTIKARYA**
Pembimbing : **ABDURRAHMAN ZUHDI, S.I.Kom., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 070.22.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 09 Juni 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 21 Djumadil Akhir 1447 H
11 Desember 2025 M



Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



SK-3 Permohonan Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa

**UMSU**
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila membaca surat ini agar dibuktikan
faktur dan tanggap

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SIK/BAN-PT/AK.KP/PTX/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Bahri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6025474 - 6631003
<http://fisp.umsu.ac.id> ✉ fisp@umsu.ac.id 📠 umsumedan 📧 umsumedan 📠 umsumedan 📧 umsumedan

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Sk-3

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 31 JANUARI 2026

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : VALIA FAZIEBA CAULIEA GULO
NPM : 2203110097
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor 2170/SK/II.3-AU/UMSU-03/T/2025 tanggal 09 DESEMBER 2025 dengan judul sebagai berikut :




DAMPAK PENGGUNAAN FILTER BEAUTY INSTAGRAM TERHADAP KOMUNIKASI SELF-DISCLOSURE PADA SISWA SMK MULTIKARVA

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Peretujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Petinjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua Program Studi [Signature] Menyetujui Pembimbing [Signature] Pemohon, VALIA FAZIEBA CAULIEA GULO
(D. AKHYAR, Sekretaris, M. H.) (ABDURRAHMAN ZUHDI, M. H.)
NIDN: 0127 048461 NIDN: 0104 129702

SK-4 Undangan / Panggilan Seminar Proposal Ujian Tugas Akhir

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 254/UND/II.3.AU/UMSU-03/F.2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 06 Februari 2026
Waktu : 14.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU
Pemimpin Seminar : **DR. AKHYAR ANSHORI, M.I.Kom.**



SK-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
1	HALIMAH TUSSADYAH	2203110040	Dr. SIGIT HARJOYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT CALON JEMAAH PADA PROGRAM TABUNGAN UMROH PT. SAFARINDO ALBAROKAH
2	NAJWA SALUSABILA	2203110035	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI RELATIONSHIP MARKETING DONAT KENTANG MASTER DALAM MENANGUN INTERAKSI KONSUMEN DI MEDIA DIGITAL
3	AURA AULYA ANANDA HERMAWATI	2203110204	Dr. FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI GURU MODEL PERCEPTION-CHECKING DALAM MEMBANGUN KEDISPILINAN BELAJAR SISWA DI MTS AL-HYA BATUBARA
4	VALIA FAZIERA GAULIEA GULO	2203110097	Dr. IRWAN SYARI TUGS, S.Sos., MAP.	ABDURRAHMAN ZUHDI, S.I.Kom., M.I.Kom.	DAMPAK PENGGUNAAN FILTER BEAUTY INSTAGRAM TERHADAP KOMUNIKASI SELF-DISCLOSURE PADA SISWA SMK MULTIKARYA
5	DELTA LINTANG INDRARIA	2203110081	Dr. IRWAN SYARI TUGS, S.Sos., MAP.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	POLA KOMUNIKASI GURU MODEL HUMANISTIK DALAM MEMBANGUN KEMANDIRIAN SISWA ANAK PETANI DI SMP NEGERI 4 BULAH HILIR

Medan, 16 Syaaban 1447 H
04 Februari 2026 M
Dekan
(Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, MSP)
MAMPT
IQA
STARS

SK-5 Berita Acara Bimbingan Skripsi



UMSU
CERCAH TERBUKA

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PTX/12022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fkip.umsu.ac.id fkip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : VALIA FAZIERA CAULHA GULO

N.P.M : 2203110097

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Skripsi : DAMPAK PENGGUNAAN FILTER BEAUTY INSTAGRAM TERHADAP KOMUNIKASI SELF DISCLOSURE PADA SISWA GAKS MULTIKARYA

No.	Tanggal	Kegiatan Advisi/Bimbingan	Peny. Pembimbing
1.	9-12-2025	Acc Judul dan Tanda tangan dosen Pembimbing	/
2.	24-01-2026	Bimbingan Proposal tugas akhir ke-1	/
3.	26-01-2026	Bimbingan Proposal tugas akhir ke-2	/
4.	28-01-2026	Bimbingan Proposal tugas akhir ke-3	/
5.	29-01-2026	ACC seminar proposal tugas akhir	/
6.	31-01-2026	Tanda tangan Sk-3 Permohonan Seminar Proposal tugas akhir	/
7.	23-02-2026	Bimbingan draft kuisioner	/
8.	24-02-2026	Acc draft kuisioner	/
9.	30-03-2026	Bimbingan bab IV dan V ke-1	/
10.	2-04-2026	Bimbingan bab IV dan V ke-2	/
11.	4-04-2026	Acc bab IV dan V	/

Medan, 6 APRIL 2026.



Dr. Anind Saleh, S.Sos., MSP.
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

(Dr. Akhlaq. Anshori, S.Sos., M.Hum (ABDURRAHMAN, Zuhri S) -kom-1.M-1.kom
NIDN: 027048401

Pembimbing,

(Dr. Akhlaq. Anshori, S.Sos., M.Hum (ABDURRAHMAN, Zuhri S) -kom-1.M-1.kom
NIDN: 0104129702



Draft Kuisisioner

DRAFT KUISISIONER (ANGKET)

Ace /
A. Rizki 2/3-24

Judul:

Dampak penggunaan filter beauty instagram terhadap komunikasi self-disclosure pada siswa smks multikarya

Pengantar:

Kuisisioner ini disusun sebagai instrumen penelitian tugas akhir Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan filter beauty Instagram dan komunikasi self-disclosure pada siswi perempuan SMKS Multikarya Medan.

Partisipasi responden dalam penelitian ini bersifat sukarela. Seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuisisioner ini. Responden diharapkan mengisi setiap pernyataan secara jujur sesuai dengan kondisi dan pengalaman pribadi.

Kriteria Responden:

Responden dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan kriteria berikut:

1. Siswi perempuan yang terdaftar sebagai peserta didik aktif di SMKS Multikarya Medan.
2. Memiliki akun Instagram yang aktif digunakan.
3. Pernah menggunakan filter beauty Instagram dalam mengunggah foto atau video.
4. Bersedia menjadi responden penelitian secara sukarela.

Petunjuk pengisian kuisisioner:

1. Bacalah setiap pernyataan dengan saksama.
2. Berikan tanda (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi diri responden.

3. Tidak ada jawaban benar atau salah.

4. Jawablah seluruh pernyataan secara jujur dan apa adanya.

Skala Jawaban:

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 4 poin sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

Beberapa pernyataan disusun dalam bentuk negatif (reverse). Skor pada pernyataan negatif akan dibalik pada saat proses pengolahan data.

PERNYATAAN PERSETUJUAN RESPONDEN (INFORMED CONSENT – ONLINE)

Dengan melanjutkan pengisian kuesioner ini, responden menyatakan telah membaca dan memahami tujuan penelitian serta bersedia berpartisipasi secara sukarela. Identitas responden dijamin kerahasiaannya dan data yang diberikan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

TABEL KUISIONER

Variabel X – Penggunaan filter beauty instagram

No	Indikator	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Frekuensi penggunaan filter	Saya sering menggunakan filter beauty saat mengunggah foto/video di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Frekuensi penggunaan filter	Hampir setiap unggahan saya menggunakan filter beauty.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Frekuensi penggunaan filter	Saya terbiasa mencoba berbagai filter beauty sebelum mengunggah konten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Frekuensi penggunaan filter	Saya jarang mengunggah konten tanpa filter beauty.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Frekuensi penggunaan filter	Saya merasa perlu menggunakan filter beauty agar konten terlihat menarik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Motivasi memperindah tampilan diri	Saya menggunakan filter beauty agar terlihat lebih percaya diri.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Motivasi memperindah tampilan diri	Filter beauty membantu saya merasa lebih puas dengan penampilan saya di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Motivasi memperindah tampilan diri	Saya termotivasi menggunakan filter beauty agar terlihat lebih menarik di mata orang lain.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Motivasi memperindah tampilan diri	Saya menggunakan filter beauty karena ingin terlihat lebih cantik di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10	Motivasi memperindah tampilan diri		Saya merasa unggahan saya kurang menarik tanpa filter beauty.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Persepsi digital	citra	Saya ingin menampilkan citra diri yang baik di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Persepsi digital	citra	Saya memperhatikan bagaimana orang lain menilai penampilan saya di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Persepsi digital	citra	Saya membangun citra diri tertentu melalui unggahan di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Persepsi digital	citra	Saya ingin terlihat menarik di media sosial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Persepsi digital	citra	Saya ingin menampilkan sisi terbaik diri saya di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Kesadaran perbedaan diri nyata-digital		Saya menyadari bahwa penampilan saya di Instagram berbeda dengan kehidupan nyata.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Kesadaran perbedaan diri nyata-digital		Saya paham bahwa filter beauty dapat mengubah tampilan asli saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Kesadaran perbedaan diri nyata-digital		Saya dapat membedakan antara diri saya yang nyata dan yang ditampilkan di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Kesadaran perbedaan diri nyata-digital		Saya sadar bahwa citra diri di Instagram tidak sepenuhnya mencerminkan diri saya sebenarnya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Kesadaran perbedaan diri nyata-digital		Saya tidak menganggap tampilan di Instagram sebagai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

gambaran diri yang sepenuhnya nyata.


Variabel Y – Komunikasi Self-Disclosure

No	Indikator	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
21	Keterbukaan informasi pribadi	Saya terbuka membagikan perasaan saya di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Keterbukaan informasi pribadi	Saya sering membagikan pengalaman pribadi di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Keterbukaan informasi pribadi	Saya menceritakan hal-hal penting dalam hidup saya melalui unggahan Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Keterbukaan informasi pribadi	Saya merasa nyaman membagikan cerita pribadi di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Keterbukaan informasi pribadi	Saya bersedia mengungkapkan perasaan saya kepada orang lain melalui Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	Kedalaman pengungkapan diri	Saya membagikan cerita yang cukup mendalam tentang diri saya di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	Kedalaman pengungkapan diri	Saya tidak ragu mengungkapkan perasaan sedih atau senang di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	Kedalaman pengungkapan diri	Saya membagikan pengalaman pribadi yang bermakna di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29	Kedalaman pengungkapan diri	Saya berani menceritakan masalah pribadi melalui Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	Kedalaman pengungkapan diri	Saya mengungkapkan pikiran dan perasaan secara mendalam di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	Kejujuran dalam komunikasi digital	Saya jujur dalam menyampaikan perasaan saya di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Kejujuran dalam komunikasi digital	Unggahan saya di Instagram mencerminkan perasaan saya yang sebenarnya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Kejujuran dalam komunikasi digital	Saya tidak berpura-pura saat membagikan cerita di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	Kejujuran dalam komunikasi digital	Saya menyampaikan kondisi diri saya apa adanya di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Kejujuran dalam komunikasi digital	Saya tidak menutupi perasaan saya saat berinteraksi di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	Kenyamanan berbagi kepada audiens	Saya merasa nyaman berbagi cerita kepada pengikut saya di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	Kenyamanan berbagi kepada audiens	Saya merasa aman mengungkapkan perasaan di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	Kenyamanan berbagi kepada audiens	Saya tidak canggung membagikan pengalaman pribadi kepada audiens di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39	Kenyamanan berbagi kepada audiens	Saya merasa didukung saat membagikan cerita di Instagram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

40 Kenyamanan Saya nyaman berinteraksi
berbagi kepada dan berbagi dengan audiens
audiens di Instagram.

Surat Izin Penelitian

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No 1913/SK/BAN-PT/Ak KP/PT/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> | fisip@umsu.ac.id | [umsu](#) | [umsu](#) | [umsu](#) | [umsu](#)

Nomor : 488/KET/II.3 AU/UMSU-03/F/2026
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 15 Ramadhan 1447 H
04 Maret 2026 M

Kepada Yth : Kepala Sekolah SMKS Multikarya Medan
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb


Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Sekolah SMKS Multikarya Medan, atas nama :




Nama mahasiswa : **VALIA FAZIERA CAULIEA GULO**
N P M : 2203110097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **DAMPAK PENGGUNAAN FILTER BEAUTY INSTAGRAM TERHADAP KOMUNIKASI SELF DISCLOSURE PADA SISWA SMKS MULTIKARYA**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,


Dr. ARIFIN SAEFI, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402


Cc : File.



Surat Balasan Izin Penelitian



SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) MULTI KARYA

NSS : 324076001043 - NDS : 5207121805 - NPSN : 10211094

TERAKREDITASI "A"

KOMPETENSI KEAHLIAN :

TEKNIK PEMESINAN, TEKNIK KENDARAAN RINGAN OTOMOTIF, TEKNIK DAN BISNIS SEPEDA MOTOR,
TEKNIK KOMPUTER JARINGAN, MULTIMEDIA, REKAYASA PERANGKAT LUNAK, AKUNTANSI DAN KEUANGAN LEMBAGA,
OTOMATISASI DAN TATA KELOLA PERKANTORAN



Nomor : 430.a/SMK-MK/EKS-IZN/III/2026
Lamp : -
Hal : Izin Penelitian

Kepada Yth
Dr Arifin Saleh , S.Sos., MSP.
Dekan
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
di
Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat saudara Nomor : 488/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2026 tanggal 04 Maret 2026 tentang permohonan izin penelitian, dengan ini kami menyatakan kesediaan menerima Mahasiswi :

Nama : **Valia Faziera Caulica Gulo**
NIM : 2203110097
Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

untuk melaksanakan pengambilan data di SMK Multi Karya guna penyusunan Skripsi (Karya Ilmiah) yang berjudul " Dampak Penggunaan Filter Beauty Instagram Terhadap Komunikasi Self Disclosure Pada Siswa di SMKS Multi Karya ".
Dan selama penelitian diharapkan untuk tidak mengganggu Kegiatan Belajar Mengajar (KBM).

Demikian kami sampaikan untuk dimaklumi dan atas kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Medan, 09 Maret 2026
Kepala Sekolah

Rismaidy, S.Pd

Surat Selesai Penelitian



SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK)

MULTI KARYA

NSS : 324076001043 - NDS : 5207121805 - NPSN : 10211094

TERAKREDITASI "A"

KOMPETENSI KEAHLIAN :

TEKNIK PEMESINAN, TEKNIK KENDARAAN RINGAN OTOMOTIF, TEKNIK DAN BISNIS SEPEDA MOTOR,
TEKNIK KOMPUTER JARINGAN, MULTIMEDIA, REKAYASA PERANGKAT LUNAK, AKUNTANSI DAN KEUANGAN LEMBAGA,
OTOMATISASI DAN JATA KELOLA PERKANTORAN



SURAT KETERANGAN

Nomor : 452.a/SMK-MK/EKS-KET/III/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Multi Karya menerangkan bahwa:

NO	NAMA	NIM	Program Studi
1.	Valia Faziera Caulica Gulo	2203110097	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

benar telah melaksanakan penelitian di SMK Swasta Multi Karya, pada tanggal 16 Maret 2026, dengan judul " Dampak Penggunaan Filter Beauty Instagram Terhadap Komunikasi Self Disclosure Pada Siswa di SMKS Multi Karya ".

Demikian Surat Keterangan ini di terbitkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 18 Maret 2026
Kepala Sekolah

LYLY RISMAIDY, S.Pd

SK-10 Undangan / Panggilan Ujian Tugas Akhir Skripsi



UMSU
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH
Nomor : 789/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 10 April 2026
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Penyebutan : 08.00 WIB



SK-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Waktu	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
				PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
41	YALLA FAZIERA CAULLEA GULO	2203110097		Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom	CORRY NOVIRICA AP, S.NAGA, S.Sos., M.A.	ABDURRAHMAN ZUHDI, S.I.Kom., M.I.Kom.	DAMPAK PENGGUNAAN FILTER BEAUTY INSTAGRAM TERHADAP KOMUNIKASI SELF DISCLOSURE PADA SISWA SMKs MULTIKARVA
42	RIZKI BAHAGI	2203110037		Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	ABDURRAHMAN ZUHDI, S.I.Kom., M.I.Kom.	CORRY NOVIRICA AP, S.NAGA, S.Sos., M.A.	ANALISIS RESEPSI PENONTON TENTANG KETAKUTAN DAN DOSA DALAM FILM SIKSA KUBUR JOKO ANWAR
43	AURA AULIYA ANANDA HERMAWATI	2203110204		Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom	POLA KOMUNIKASI GURU MODEL PERCEPTION-CHECKING DALAM MEMBANGUN KEDISIPLINAN BELAJAR SISWA DI MTS AL-HIYA BATUBARA
44	KAHARUDDIN BALA SARAGIH	2203110063		CORRY NOVIRICA AP, S.NAGA, S.Sos., M.A.	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom	ABDURRAHMAN ZUHDI, S.I.Kom., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI PERSONAL TRAINER STAR GYM DALAM MEMOTIVASI KEMAJER PEMULA DI KELURAHAN TEMBUNG
45	TATA KUMALA SARI	2203110218		Dr. AKHYAR ANSHORU, S.Sos, M.I.Kom	ABDURRAHMAN ZUHDI, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	PENERAPAN MEDIA TWO-WAY SYMMETRICAL DALAM PENGELUARAN INFORMASI PADA AKUN MEDIA SOSIAL @SISWANTIGPS

Menulis Sidang:

Ditandatangani oleh:

Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom
Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

Panitia Ujian

Sekretaris

Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom



Medan, 20 Syawal 1447 H
08 Maret 2026 M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Valia Faziera Cauliea Gulo
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 25 Agustus 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Status Perkawinan : Belum Menikah
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Purwo Gg. Seroja No. 95
Email : valiafazieracaulieag@gmail.com

Nama Orang Tua

Nama Ayah : M. Fazar Gulo
Nama Ibu : Eliana
Alamat : Jl. Purwo Gg. Seroja No. 95

Pendidikan Formal

2010 - 2016 : SD Swasta Singosari
2016 - 2019 : SMP Swasta Singosari
2019 - 2022 : SMK Swasta Multi Karya
2022 – 2026 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara