

**ANALISIS KONSTRUKSI KECANTIKAN DIGITAL DALAM QS AN-
NISA [4]: 119 TERHADAP FENOMENA PENGGUNAAN FILTER
WAJAH DIMEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

OLEH:

**Nur Fitri Sarumpaet
NIM : 220204110029**



PROGRAM STUDI ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR

FAKULTAS SYARIAH

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2026

**ANALISIS KONSTRUKSI KECANTIKAN DIGITAL DALAM QS AN-
NISA [4]: 119 TERHADAP FENOMENA PENGGUNAAN FILTER
WAJAH DIMEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

OLEH:

**Nur Fitri Sarumpaet
NIM : 220204110029**



**PROGRAM STUDI ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2026**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah

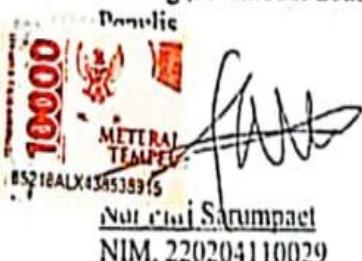
Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Analisis Konstruksi Kecantikan Digital Dalam QS An-Nisa [4]: 119 Terhadap Fenomena Penggunaan Filter Wajah Di media Sosial

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang ,29 oktober 2025



Nurul Iriani Sarumpael

NIM. 220204110029

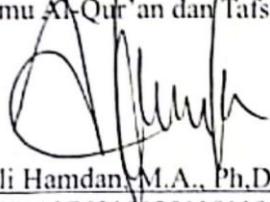
HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi Nur Fitri Sarumpaet 220204110029
Program Studi Ilmu AL-Qur'an dan Tafsir Fakultas Syariah Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

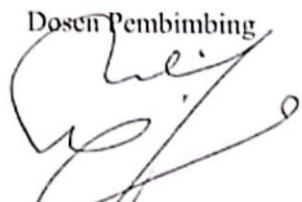
Analisis Konstruksi Kecantikan Digital Dalam Qs An-Nisa [4]: 119 Terhadap

Fenomena Penggunaan Filter Wajah Dimedia Sosial

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Ali Hamdan, M.A., Ph.D.
NIP. 197601012011011004

Malang, 29 oktober 2025

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Nasrulloh Le, M.Th.I.
NIP. 498112232011011002

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi Saudari Nur Fitri Sarumpaet 220204110029 Program Studi
Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana
Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**Analisis Konstruksi Kecantikan Digital Dalam Qs An-Nisa [4]: 119 Terhadap
Fenomena Penggunaan Filter Wajah Dimedia Sosial**

Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada tanggal, 21
November 2025

Dewan Penguji:

1. Abd Rozaq M.Ag
NIP. 198305232023211009



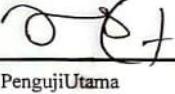
Ketua Penguji

2. Prof. Dr Nasrulloh Lc. M.Th.I
NIP. 198112232011011002



Sekretaris

3. Dr Muhammad Lc. M.Th.I
NIP. 198904082019031017



Penguji Utama

Malang, 29 oktober 2025



MOTTO

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَفْوِيمٍ

“sungguh telah kami ciptakan manusia dengan sebaik-baik ciptaan “

[At-Tin :4]

“Sesungguhnya Allah tidak melihat rupa kalian dan harta kalian,
tetapi Dia melihat hati dan amal kalian.”

[HR. Shahih Muslim]

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur kita terhadap Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah pertolongan penulisan skripsi yang berjudul: **Analisis Konstruksi Kecantikan Digital Dalam Qs An-Nisa [4]: 119 Terhadap Fenomena Penggunaan Filter Wajah Dimedia Sosial**

dapat kami selesaikan dengan baik. Shalawat serta salam tetap kita haturkan kepada junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan uswatan hasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syari'at yang telah diajarkan. Dengan mengikuti beliau, semoga kita tergolong ke dalam orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Dengan segala pengajaran, bimbingan, arahan, dukungan dan fasilitas yang telah penulis nikmati dan dapatkan selama menempuh perkuliahan hingga pada tahap penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah,,M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ali Hamdan, MA., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Prof. Dr. Nasrulloh , Lc., M.Th.I. selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran, ketulusan, kemurahan, dan kelapangan hati dalam penyusunan skripsi ini. Dengan bimbingan yang beliau arahkan penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan pengajaran yang maksimal dan selalu memberikan tanggapan dan masukan sehingga memberikan pandangan terhadap penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga beliau dilimpahkan kesehatan dan rezeki yang cukup, dan jalan hidup yang dimudahkan. Aamiin.
5. Segenap dosen Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir khususnya dosen fakultas syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan usaha terbaiknya untuk mengajar kami baik dalam segi teori ataupun penerapan. Semoga kebaikan-kebaikan beliau menjadi nilai ibadah dan mendapatkan pertolongan di hari akhir kelak sehingga menjadi jembatan menuju surga-NYA. Aamiin.
6. Orang tua tercinta yakni Bapak Sarumpaet dan Ibu Mardiana Ritonga yang telah memberikan dukungan penuh baik materi maupun non materi, do'a, dukungan, segala support dan kasih sayang penuh telah membawa penulis menggapai segala impian kalian adalah bagian terpenting dalam perjalanan ini. Tidak lupa juga kepada saudara tersayang, Tamtam Hidayat Sarumpaet dan Ali Azhari Sarumpaet yang senantiasa memberikan support kepada penulis.

7. Segenap keluarga IAT angkatan 2022 yang telah membersamai dan mendukung penulis selama berproses dalam menyelesaikan skripsi ini, memberikan support yang selalu dibutuhkan dalam hal apapun. Terkhusus kepada Hasna, dan Segenap mba-mbak pondok Imam Ad-Damanhuri terkhusus kepada mbak Sulastri yang telah membersamai dan membantu penulis untuk berproses selama di pondok.
8. Kepada teman sekaligus partner dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu Inayatul Isnaini,Nastiti Aisatul Maisyaroh , terimakasih atas kebersamaan mulai awal perkuliahan sampai dititik ini dan sudah melewati proses Panjang ini dengan bareng-bareng terus, perjalanan skripsi ini tidak hanya tentang tugas akademik tetapi juga tentang kebersamaan,saling menguatkan, saling meyakinkan dan saling belajar bersama, senang melewati ini bersama kalian berdua semoga apa yang kita perjuangkan bersama menjadi awal menuju Langkah yang lebih baik kedepannya.
9. Seluruh pihak yang telah membantu menuangkan ide, meluangkan waktu, memberikan segala dukungan baik materi maupun non materi, motivasi, hingga solusi dalam mengatasi berbagai problematika selama perkuliahan hingga telah selesai lah skripsi ini. Terima kasih banyak teman-teman, semoga Allah membala kebaikan kalian
10. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri, Nur Fitri Sarumpaet Terima kasih kasih tetap kuat bertahan dalam menghadapi berbagai rintangan selama berproses dalam perkuliahan, selalu sabar dan kuat meskipun seorang diri. Tetap semangat dalam menghadapi berbagai ujian, masih ada tujuan yang

harus dicapai, masih ada orang yang harus dibahagiakan, dan masih ada orang yang menanti kesuksesannya. Tetap bertahan di tengah hiruk-pikuk dunia yang berisik. Terima kasih telah bertahan hingga sejauh ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi ialah pemindah alihan tulisan Arab dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulis judul buku dalam footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar internasional, nasional maupun ketentuan yang khusus penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas surat keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543. B/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku pedoman Transliterasi Bahasa Arab (*A Guide Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	Ş	Es (Titik diatas)
ج	Jim	J	Je
هـ	Ha	Ḩ	Ha (Titik diatas)
خـ	Kha	Kh	Ka dan Ha
دـ	Dal	D	De
ذـ	Ż	Ż	Zet (Titik di atas)
رـ	Ra	R	Er
زـ	Zai	Z	Zet
سـ	Sin	S	Es
شـ	Syin	Sy	Es dan Ye
صـ	Şad	Ş	Es (Titik di Bawah)
ضـ	Ḍad	Ḍ	De (Titik di Bawah)
طـ	Ṭa	Ṭ	Te (Titik di Bawah)
ظـ	Za	Ż	Zet (Titik di Bawah)
عـ	‘Ain	‘.....	Apostrof Terbalik
غـ	Gain	G	Ge
فـ	Fa	F	Ef
قـ	Qof	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

C. Vokal Panjang dan Diftong

Setiap penulisann bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”. *Kasroh* dengan “I”, *drommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal Pendek		Vokal Panjang		Diftong	
أ'	A		أـ		Ay
إ'	I		إـ		Aw
ع'	U		عـ		Ba'
Vokal (a) panjang=	أـ	Misalnya	قال	Menjadi	Qāla
Vokal (i) panjang =	إـ	Misalnya	قيل	Menjadi	Qīla

Vokal (u) panjang=	ū	Misalnya	دون	Menjadi	Dūna
-----------------------	---	----------	-----	---------	------

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "I", melainkan tetap ditulis dengan "iy" agar dapat menggambarkannya ' nisbat di akhirnya. Begitu juga, untuk suara diftong wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw)		Misalnya	فول	Menjadi	Qawlun
=					
Diftong (ay) =		Misalnya	خير	Menjadi	Khayrun

D. Ta' Marbuthah

Ta' Marbuthah ditransliterasi dengan "t" jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila *Ta' Marbuthah* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسلة المدرسة menjadi *al risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudhaf* dan *mudhaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "t" yang diambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi *fi rahmatillah*.

E. Kata Sandang dan Lafadh Al-Jalalah

Kata sandang berupa "al" (ال) ditulis dengan huruf kecil terletak di awal kalimat, sedangkan "al" dalam lafaz jalalah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (idhafah) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhari mengatakan....
2. Al-Bukhari dalam muqaddima kitabnya menjelaskan
3. Billah ‘azza wa jalla

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dariorang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut: .Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi, dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun....” Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid”, “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekaligus berasal dari bahasa Arab, Namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abdal-Rahman Wahid”, “Amin Rais”, dan bukan ditulis dengan “Shalat”.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI	1
ABSTRAK	4
ABSTRACT	5
مستخلص البحث.....	6
BAB I PENDAHULUAN.....	7
A. LATAR BELAKANG.....	7
B. RUMUSAN MASALAH.....	12
C. TUJUAN PENELITIAN.....	12
D. MANFAAT PENELITIAN	13
1. Manfaat Teoretis	13
2. Manfaat Praktis	13
E. DEFENISI OPERASIONAL	14
1. Konstruksi kecantikan digital	14
2. Filter Wajah	15
3. Media Sosial	16

F. METODE PENELITIAN	16
1. Jenis Penelitian	16
2. Pendekatan Penelitian	17
3. Sumber Data.....	18
4. Teknik Pengumpulan Data.....	19
5. Teknik pengolahan Data	20
G. PENELITIAN TERDAHULU	22
H. SISTEMATIKA PENULISAN	28
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	31
A. METODE TAFSIR TAHLILI.....	31
B. TEORI KONSTRUKSI SOSIAL PETER L DAN THOMAS LUKCMAN	33
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. ANALISIS QS AN-NISA AYAT 119 DENGAN METODE TAHLILI	37
1. Teks dan Makna Ayat	37
2. Analisis Kebahasaan	38
3. Asbabunnuzul Ayat.....	39
4. Penafsiran Menurut Mufassir Klasik dan Kontemporer	40
B. RELEVANSI QS. AN-NISA AYAT 119 TERHADAP FENOMENA PENGGUNAAN FILTER WAJAH DI MEDIA SOSIAL.....	44
1. Fenomena Kecantikan Digital di Media Sosial	44
2. Perspektif Qs An-Nisa:119 Terhadap Konteks Filter Wajah.....	46

C. ANALISIS TEORI KONSTRUKSI PETER L DAN THOMAS LUKCMAN TERHADAP FENOMENA FILTER WAJAH DI MEDIA SOSIAL	48
1. Proses Eksternalisasi.....	49
2. Proses Objektivasi.....	51
3. Proses Internalisasi	52
D. NILAI-NILAI ISLAM TERHADAP FENOMENA KECANTIKAN DIGITAL.....	55
1. Nilai Syukur Terhadap Ciptaan Allah	55
2. Nilai Kejujuran Dan Keaslian Diri	56
3. Etika Bermedia Dalam Islam.....	58
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. KESIMPULAN	60
B. SARAN.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62

ABSTRAK

Nur Fitri Sarumpaet, NIM 220204110029, 2025. Analisis Konstruksi Sosial Dalam Qs. An-Nisa:119 Terhadap Fenomena Penggunaan Filter Wajah Di Media Sosial.Skripsi, Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Syariah,Universitas Maulana Malik IbrahimMalang,Pembimbing Prof. Dr Nasrulloh M.Th.I

Kata kunci : Qs. An-Nisa:119, Kecantikan digital, Teori Konstruksi,

Fenomena penggunaan filter wajah di media sosial kini menjadi bagian dari kehidupan modern, khususnya di kalangan perempuan muda. Penggunaan filter dianggap mampu mempercantik tampilan dan meningkatkan rasa percaya diri, namun juga menimbulkan persoalan seperti ketidakpuasan terhadap penampilan asli serta hilangnya keaslian diri. Dampak dari fenomena ini tidak hanya bersifat sosial dan psikologis, tetapi juga spiritual, karena berkaitan dengan larangan mengubah ciptaan Allah sebagaimana termaktub dalam QS. An-Nisa :119.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses terbentuknya konstruksi kecantikan digital melalui penggunaan filter wajah di media sosial serta menelaah pandangan QS. An-Nisa :119 terhadap fenomena tersebut. Secara metodologis, penelitian ini menerapkan metode tafsir *tahlili* dengan pendekatan analitis kontekstual guna menguraikan makna ayat secara mendalam dan menyesuaikannya dengan realitas kontemporer. Selain itu, teori konstruksi sosial juga digunakan sebagai kerangka analisis dalam memahami proses terbentuknya realitas kecantikan digital di tengah perkembangan budaya media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena ini terbentuk melalui proses sosial yaitu proses eksternalisasi,objektivasi,internalisasi yang membangun standar kecantikan tidak realistik dan bertentangan dengan nilai-nilai Islam. QS. An-Nisa:119 menegaskan bahwa mengubah ciptaan Allah merupakan tipu daya setan yang menyesatkan manusia dari fitrahnya. Oleh karena itu, Islam menekankan pentingnya nilai syukur, kejujuran, dan etika bermedia agar individu mampu menghargai keaslian diri dan memahami kecantikan sebagai cerminan moral, bukan sekadar tampilan fisik.

ABSTRACT

Nur Fitri Sarumpaet, NIM 220204110029, 2025. Analysis of Social Construction in Qs. An-Nisa: 119 Against the Phenomenon of Using Face Filters on Social Media, Thesis, Dapartemen of Qur'anic Studies and Exegesis, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang, Advisor Prof. Dr. Nasrulloh M.Th.I

Keyword: **Qs. An-Nisa:119, Digital Beauty, Construction Theory,**

The phenomenon of using facial filters on social media has become a part of modern life, especially among young women. While filter use is believed to enhance appearance and boost self-confidence, it also creates issues such as dissatisfaction with one's natural appearance and a loss of authenticity. The impact of this phenomenon is not only social and psychological, but also spiritual, as it relates to the prohibition against changing God's creation, as stated in Surah An-Nisa (Quran, 1:119).

This study aims to analyze the process of constructing digital beauty through the use of facial filters on social media and examine the perspective of QS. An-Nisa 1:119 on this phenomenon. Methodologically, this study applies the tafsir tahlili method with a contextual analytical approach to explain the meaning of the verse in depth and adapt it to contemporary realities. Furthermore, social construction theory is also used as an analytical framework to understand the process of forming the reality of digital beauty amidst the development of social media culture.

The research results show that the use of face filters is a form of "taghyir khalqillah" (the idolatry of the caliphate) in the modern context. This phenomenon is formed through social processes that establish unrealistic beauty standards and contradict Islamic values. Surah An-Nisa: 119 emphasizes that changing God's creation is a trick of Satan that leads humans astray from their natural state. Therefore, Islam emphasizes the importance of gratitude, honesty, and media ethics so that individuals can appreciate their authenticity and understand beauty as a reflection of morality, not merely physical appearance.

مستخلاص البحث

نور فطري سارومبait، الرقم الجامعي ٢٠٢٥ ، ٢٢٠٢٠٤١١٠٠٢٩ . تحليل البناء الاجتماعي في قوله تعالى من سورة النساء: ١١٩ تجاه ظاهرة استخدام فلاتر الوجه في وسائل التواصل الاجتماعي. رسالة جامعية، برنامج دراسة علوم القرآن والتفسير، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج، بإشراف الأستاذ الدكتور نصر الله، ماجستير في علوم التفسير.

الكلمات المفتاحية: سورة النساء: ١١٩ ، الجمال الرقمي، نظرية البناء.

ظاهرة استخدام فلاتر الوجه في وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً من الحياة الحديثة، ولا سيما في أوساط الفتيات الشابات. ويعد استخدام هذه الفلاتر وسيلة لتحسين المظهر وزيادة الثقة بالنفس، غير أنه يثير مشكلات تتعلق بعدم الرضا عن الشكل الحقيقي وفقدان الأصالة الذاتية. وإن آثار هذه الظاهرة لا تقتصر على الجانب الاجتماعي وال النفسي فحسب، بل تمتد إلى الجانب الروحي أيضاً، إذ ترتبط بالنهي عن تغيير خلق الله كما ورد في قوله تعالى في سورة النساء الآية

يهدف هذا البحث إلى تحليل عملية تشكيل بناء الجمال الرقمي من خلال استخدام فلاتر الوجه في وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك دراسة نظرة سورة النساء الآية ١١٩ تجاه هذه الظاهرة. ومن الناحية المنهجية، يعتمد هذا البحث على منهج التفسير التحليلي بأسلوب تحليلي سياقي لبيان معاني الآية بعمق وتكيفها مع الواقع المعاصر. كما يستخدم نظرية البناء الاجتماعي كإطار تحليلي لفهم عملية تشكيل واقع الجمال الرقمي في ظل تطور ثقافة وسائل التواصل الاجتماعي.

تظهر نتائج البحث أن استخدام فلاتر الوجه يعد شكلًا من أشكال تغيير خلق الله في السياق الحديث. تتشكل هذه الظاهرة من خلال عملية اجتماعية تبني معايير جمال غير واقعية وتتعارض مع القيم الإسلامية. وتوكّد سورة النساء الآية ١١٩ أن تغيير خلق الله هو من مكر الشيطان الذي يضلّل الإنسان عن فطرته. لذلك يؤكد الإسلام على أهمية قيم الشرك والصدق وأخلاق استخدام وسائل الإعلام، حتى يتمكن الفرد من تقدير أصالته وفهم الجمال على أنه انعكاس للأخلاق وليس مجرد مظهر جسدي.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Jutaan orang di Indonesia setiap harinya membuka Instagram, TikTok, atau Snapchat, dan tidak sedikit yang memanfaatkan filter wajah untuk mempercantik tampilan.¹ Filter ini dapat membuat kulit terlihat mulus, mata lebih besar, atau hidung lebih mancung hanya dalam hitungan detik. Namun, di balik kemudahan itu ada konstruksi kecantikan digital yang dibentuk oleh algoritma dan tren global. Media sosial, khususnya Instagram, banyak digunakan untuk merepresentasikan diri, menunjukkan eksistensi, sekaligus membentuk citra seseorang. Mayoritas penggunanya adalah remaja yang kerap membagikan aktivitas, curhatan, foto, maupun video melalui fitur Instagram story².

Penggunaan filter hampir menjadi kebutuhan, karena dianggap dapat meningkatkan rasa percaya diri, sedangkan tanpa filter justru membuat kepercayaan diri menurun. Keberadaan filter digital ini memungkinkan pengguna untuk mengambil foto atau merekam video lalu mengunggahnya secara instan tanpa perlu proses pengeditan. Setiap orang juga bebas memberikan komentar atau pendapat terhadap unggahan di Instagram story. Hasil survei yang dilakukan Girlguiding

¹ Francesca Martino dan Federica Pedalino, “Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison,” *Frontiers in Psychology* (2022)

² Judit Szambolics, “Adolescents’ Augmented Reality Filter Usage on Social Media,” *Media & Communication* (2023)

menunjukkan bahwa sepertiga remaja enggan mengunggah selfie tanpa filter untuk mengubah penampilan mereka. Dari 1.473 responden berusia 11 hingga 21 tahun, sebanyak 39 persen merasa kecewa karena penampilan mereka di dunia nyata tidak sama dengan yang ditampilkan di media sosial, Fenomena ini seringkali membuat individu melupakan jati diri dan penampilan aslinya.³ Dari perspektif Islam, hal tersebut berkaitan dengan pembahasan dalam QS An-Nisa [4]: 119, yaitu ketika setan menggoda manusia untuk mengubah ciptaan Allah. Penelitian ini hendak mengkaji lebih dalam keterkaitan penggunaan filter wajah dengan ayat tersebut, mengingat kecantikan digital seringkali hanya menjadi ilusi yang menjauhkan seseorang dari keaslian dirinya.

Pembahasan ini penting karena dampaknya sudah terasa luas, khususnya bagi generasi muda di Indonesia. Berdasarkan laporan We Are Social jumlah pengguna media sosial di Indonesia lebih dari 170 juta orang dengan rata-rata penggunaan tiga jam per hari.⁴ Filter kecantikan menjadi salah satu fitur yang paling sering dipakai, tetapi justru memicu masalah baru, seperti body dysmorphia dan menurunnya rasa percaya diri. Dari sisi ajaran Islam, hal ini bertentangan dengan nilai tawadhu dan menerima ciptaan Allah. Jika budaya digital yang berorientasi kapitalis ini terus mendominasi, ada risiko nilai-nilai keislaman terkikis. Karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menawarkan panduan etis dalam menggunakan media sosial, sekaligus memberi kontribusi bagi penguatan identitas

³ Tufekci, Zeynep. *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press, 2017.

⁴WeAreSocial Digital 2023:Indonesia, diakses pada 30 sep 2025,dari <https://wearesocial.com/digital-2023> indonesia

keislaman dan kebijakan konten yang sejalan dengan fatwa MUI tentang estetika digital. Fenomena filter wajah ini nyata dan semakin meluas. Standar kecantikan yang dipromosikan cenderung Euro sentris kulit putih cerah, mata besar, bibir tipis sehingga ciri khas etnis lokal, seperti kulit sawo matang atau bentuk wajah khas Indonesia, seringkali terpinggirkan. Tekanan paling besar biasanya dialami perempuan, sebab “*sekitar 70% pengguna filter wajah adalah perempuan (We are social)*”⁵. Mereka bukan hanya mencari validasi berupa likes dan followers, tetapi juga menghadapi konflik batin: apakah ini masih bagian dari ciptaan Allah atau sudah termasuk bentuk perubahan yang Dilarang?.

Sebagaimana diuraikan oleh Nasrulloh dan Utami (2024) dalam penelitiannya yang berjudul *Fenomena Perempuan sebagai Pemimpin di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: Antara Patriarki dan Feminisme*, konstruksi sosial terhadap perempuan sering kali terbentuk melalui tekanan budaya serta tuntutan masyarakat yang mengharapkan kesempurnaan. Pandangan tersebut sejalan dengan realitas kecantikan digital, di mana perempuan ter dorong untuk menyesuaikan diri dengan standar estetika yang dibentuk oleh media sosial guna memperoleh penerimaan dan pengakuan dalam lingkungan sosialnya.⁶

Sebagaimana dalam qs An-nisa ayat 119 yg berbunyi :

وَلَا يُضْلِلُهُمْ وَلَا مَنِيبُهُمْ فَأَبْيَتُكُنَّ أَذْنَ الْأَنْعَامِ وَلَا مَرْأَتُهُمْ فَأَيْعِزُّنَ حَلْقَ اللَّهِ وَمَنْ يَتَّخِذُ الشَّيْطَانَ
وَلِيَّا مَنْ دُونَ اللَّهِ فَقَدْ خَسِرَ حُسْرًا إِنَّمَا مُبِينًا

⁵ Lueg, C. (1997, November). Social filtering and social reality. In *Proceedings of the 5th DELOS Workshop on Filtering and Collaborative Filtering* (pp. 77-81). ERCIM Press.

⁶ Nasrulloh, N., & Utami, K. (2022). Fenomena perempuan sebagai pemimpin di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: Antara patriarki dan feminism. *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, 19-34.

Artinya: *Aku benar-benar menyesatkan mereka, enyuruh mereka membangkitkan angan-angan kosong mereka, (untuk memotong telinga-telinga binatang ternak nya) hingga mereka benar-benar memotongnya dan menyuruh mereka mengubah ciptaan allah hingga mereka benar-benar mengubahnya “ siapa yang menjadikan setan sebagai pelindung selain allah sungguh telah menderita kerugian yang nyata.*⁷

Ayat ini dengan tegas menyebut perubahan ciptaan sebagai tipu daya setan, dan filter wajah bisa dianggap sebagai wujud modern dari perilaku tersebut yaitu mengubah realitas visual demi pengakuan sosial. Semasa pandemi COVID-19, penggunaan filter dan aplikasi kecantikan kecantikan digital mengalami peningkatan signifikan seiring melonjaknya interaksi virtual, yang pada akhirnya memperkuat dampak negatif terhadap diri dan citra tubuh individu.⁸

Penelitian ini memilih QS. An-Nisa [4]: 119 sebagai dasar analisis, karena ayat tersebut secara jelas menyinggung godaan setan yang membuat manusia tergoda untuk mengubah ciptaan Allah. Kalau ditarik ke konteks hari ini, filter wajah di media sosial bisa dilihat sebagai bentuk baru dari perubahan itu memang sifatnya digital dan tidak permanen, tapi dampaknya nyata pada cara orang memandang dirinya sendiri. Banyak yang akhirnya jadi kurang percaya diri dengan wajah aslinya, bahkan merasa harus tampil sesuai standar kecantikan yang dibuat oleh media. Karena itu, ayat ini sangat relevan untuk dijadikan pijakan agar kita

⁷ Kementerian agama RI, Quran terjemah 2019

⁸ Cataldo, I., et al. (2022). *An International Cross-Sectional Investigation on Social Media Use and Body Image in Early Covid.*

bisa membaca fenomena kecantikan digital bukan sekadar tren teknologi, tapi juga isu etika dan spiritualitas.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti persoalan kecantikan dalam kaitannya dengan sosial media maupun al-quran, seperti penelitian yang dilakukan Fardouly et al, yang membahas bahwa media sosial telah menunjukkan terutama melalui fitur manipulasi visual seperti filter yang dapat meningkatkan ketidakpuasan terhadap tubuh [body].⁹ dan disisi lain ,dari perspektif keagamaan ,Quraish Shihab dalam tafsir Al-misbah menjelaskan qs an-nisa ayat 119 sebagai peringatan agar manusia tidak terjebak dalam godaan setan untuk mengubah ciptaan allah.¹⁰

Berdasarkan dua kajian tersebut, terlihat ada ruang penelitian yang belum banyak disentuh, yakni keterkaitan langsung antara fenomena penggunaan filter wajah di media sosial dengan penafsiran QS. An-Nisa: 119. Padahal, filter wajah dapat dipahami sebagai wujud “perubahan ciptaan” dalam bentuk kontemporer, yang memiliki implikasi psikologis, etis, sekaligus spiritual bagi umat Muslim. Karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengisi celah tersebut dengan menghadirkan kajian interdisipliner yang memadukan tafsir Al-Qur'an dengan fenomena digital, sekaligus menawarkan perspektif etis yang lebih relevan bagi generasi Muslim di era media sosial.

Adapun Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis bagaimana konstruksi kecantikan digital yang dikaitkan dengan QS An-Nisa [4]: 119

⁹ asmine Fardouly et al., "Social Comparisons on Social Media: The Impact of Facebook on Young Women's Body Image Concerns and Mood," *Body Image* 13 (2015): 38–45,

¹⁰ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jilid 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 119–120.

berhubungan dengan penggunaan filter wajah di media sosial. Secara khusus, penelitian ini berupaya mengidentifikasi bentuk-bentuk perubahan ciptaan Allah melalui filter digital, menelaah dampak etis dan psikologisnya bagi pengguna Muslim, serta memberikan rekomendasi praktis berbasis ajaran Islam mengenai penggunaan media sosial yang lebih sehat. Dengan begitu, diharapkan penelitian ini mampu membangun harmoni antara teknologi modern dengan nilai-nilai keislaman, sehingga umat tetap bisa tampil autentik di tengah derasnya arus digitalisasi.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan konteks masalah yang telah diuraikan diatas, penulis mengidentifikasi sejumlah isu yang dapat dirumuskan dan dijadikan fokus dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana fenomena penggunaan filter wajah di media sosial membentuk konstruksi kecantikan digital secara umum ?
2. Bagaimana qs An-Nisa [4] :119 mengkritisi fenomena tersebut, termasuk dampak etis dan psikologisnya bagi muslim?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis bagaimana fenomena penggunaan filter wajah di media sosial membentuk konstruksi kecantikan digital.
2. Untuk mengkaji bagaimana QS An-Nisa [4]: 119 dalam mengkritisi fenomena tersebut, termasuk dampak etis dan psikologisnya bagi muslim.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, khususnya dalam menghubungkan teks Al-Qur'an dengan fenomena kontemporer di era digital. Melalui kajian QS An-Nisa ayat 119 penelitian ini berupaya memperluas wacana mengenai larangan mengubah ciptaan Allah dengan menempatkannya dalam konteks modern, yakni fenomena penggunaan filter wajah di media sosial. Selain itu, Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan mengenai konstruksi kecantikan digital dalam perspektif Al-Qur'an, sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang menelaah hubungan antara teks suci dan realitas sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan ilmu dan memperdalam pemahaman tentang tafsir Al-Qur'an secara kontekstual,

b. Bagi mahasiswa dan peneliti lain.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi awal bagi peneliti lain yang tertarik mengkaji tema-tema Al-Qur'an dalam konteks fenomena sosial modern, khususnya terkait isu kecantikan, media digital, dan Perempuan.

c. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat, khususnya perempuan muslim, untuk lebih bijak dalam menyikapi tren kecantikan digital yang berkembang di media sosial. Dengan memahami nilai-nilai Al-Qur'an tentang kecantikan, masyarakat dapat membentuk cara pandang yang lebih seimbang antara penampilan fisik dan kecantikan batin.

E. DEFENISI OPERASIONAL

Dalam penelitian ini definisi operasional sangat diperlukan dalam sebuah penelitian. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan atau menafsirkan dan membatasi permasalahan yang ada¹¹. Adapun istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Konstruksi kecantikan digital

Konstruksi kecantikan digital merupakan proses terbentuknya standar dan makna kecantikan yang dikonstruksikan melalui media sosial dengan bantuan teknologi digital, seperti filter wajah, efek visual, dan sistem algoritma. Media sosial berperan menciptakan citra kecantikan tertentu yang dianggap ideal, misalnya kulit cerah, tubuh langsing, dan wajah proporsional sehingga memunculkan persepsi bahwa keindahan fisik dapat diukur dari ketampilan digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa kecantikan di era

¹¹ Derisma Vita Noviyanti, Mempercantik Diri dengan Mengubah Ciptaan Allah (Surah An Nisa ayat 119 dalam kitab Hasyiah As-Sawi ala Tafsir Jalalain dan Ibnu Katsir, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021).

digital tidak lagi bersumber pada realitas fisik, melainkan pada citra buatan yang disebarluaskan secara massif melalui media dan industri kecantikan.

Hal ini berlandaskan pada pandangan Jean Baudrillard tentang *simulacrum* yaitu realitas semu yang terbentuk melalui representasi media, serta temuan penelitian Surdian Abd Rasyid dkk, yang menegaskan bahwa media sosial berperan dalam membentuk persepsi dan perilaku kecantikan di kalangan mahasiswa.¹²

2. Filter Wajah

Filter wajah dapat didefinisikan sebagai inovasi teknologi digital yang bertujuan untuk meningkatkan penampilan seseorang di media sosial melalui manipulasi visual. Fitur ini bekerja dengan mengubah atau menyesuaikan bentuk wajah, warna kulit, dan detail tertentu agar tampak lebih menarik di kamera. Dari perspektif Islam, sebagaimana dikemukakan oleh Yulianti dan Ako Caniyago, penerapan filter wajah tidak hanya mencakup aspek visual tetapi juga dimensi moral. Penggunaan yang berlebihan dapat mengarah pada perilaku manipulatif karena menampilkan wajah yang tidak mencerminkan kenyataan, berpotensi melanggar prinsip kejujuran, dan dianggap sebagai bentuk penipuan identitas. Oleh karena itu, penulis berpendapat bahwa hasil kecantikan digital yang diperoleh melalui filter harus dipahami dan

¹² Suardin Abd Rasyid, Surahman Cinu, Nanang Wijaya, Ahmad Sinala, Sudirman K. Uja, & Andi Riskan. (2024). *Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)*. INNOVATIVE: Journal of Social Science Research, 4(4), 8887–8901

dimanfaatkan secara bijak agar tetap sesuai dengan prinsip kejujuran dan kesederhanaan yang diajarkan dalam Islam.¹³

3. Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu *media* dan *sosial*. Media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum (suka menolong).¹⁴ Dari sisi bahasa tersebut, media sosial dimaknai sebagai sarana berkomunikasi dan berbagi.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu metode penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena sosial melalui penjabaran dalam bentuk kata-kata, bukan melalui angka atau data statistic yang berarti menyampaikan informasi berdasarkan peristiwa dan fakta.¹⁵ kemudian mengaitkannya dengan penjelasan dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian ini. Kemudian menggambarkan dan menganalisis tema yang dikaji secara sistematis. Melalui metode ini, peneliti berusaha memahami dan menjelaskan secara mendalam fenomena penggunaan filter wajah di media

¹³ Yulianti, Yulianti, and Ako Caniyago. "Manipulasi wajah menggunakan filter pada sosial media dalam perspektif Islam." *At-Tajid: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam* 7.1 (2022): 230-235.

¹⁴ Media social -wikipedia bahsa Indonesia, Ensiklopedia bebas dalam http://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial diunduh 07 oktober

¹⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2013), 141.

sosial, lalu mengaitkannya dengan nilai-nilai moral yang terkandung dalam QS. An-Nisa [4]:119. Dengan cara ini, penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek sosial dari penggunaan filter, tetapi juga menyoroti makna religius yang dapat diambil dari ayat tersebut dalam konteks kehidupan digital masa kini.

Adapun jenis penelitian ini termasuk penelitian kepustakaan (library research), yakni serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.¹⁶

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode tafsir tahlili dengan pendekatan analitis-kontekstual. Metode tafsir tahlili dipilih karena penelitian ini berfokus pada penafsiran mendalam terhadap QS. An-Nisa [4]:119, dengan memperhatikan aspek kebahasaan, sebab turunnya ayat (*asbabun nuzul*), serta pandangan para mufasir klasik dan modern. Sebagai rujukan utama, penelitian ini menggunakan Tafsir al-Misbah karya M. Quraish Shihab, yang menafsirkan ayat-ayat Al-Qur'an secara runtut dan mendalam dengan corak adabi ijtimai' (sastra-sosial). Corak ini dianggap relevan karena menekankan nilai moral dan sosial yang sesuai dengan konteks kehidupan modern, khususnya fenomena kecantikan digital dan penggunaan filter wajah di media sosial.

¹⁶ Raihan, Metodologi Penelitian (Universitas Islam Jakarta, 2017) Hlm. 32

Sedangkan Pendekatan analitis-kontekstual diterapkan untuk menghubungkan hasil penafsiran ayat dengan realitas sosial masa kini, sehingga pesan moral Al-Qur'an dapat dimaknai secara lebih aktual. Dengan demikian, kombinasi metode tafsir tahlili dan pendekatan analitis-kontekstual memungkinkan penelitian ini menggali makna ayat secara mendalam sekaligus menyesuaikannya dengan tantangan kehidupan modern.

3. Sumber Data

Dalam alat pengumpulan informasi, terdapat dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari subjek yang diteliti. Data ini menjadi sumber utama informasi dalam proses penelitian.¹⁷ Sementara itu, data sekunder adalah data yang sudah ada atau data dari pihak lain yang tidak diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung tanpa perantara. Data primer dalam penelitian ini adalah Al-Qur'anul Karim, Fokus utama penelitian ini diarahkan pada QS. An-Nisa [4]:119 sebagai bagian dari kajian terhadap Al-Qur'an, yang kemudian dikaji secara mendalam terhadap makna larangan "mengubah ciptaan Allah" melalui pendekatan

¹⁷ Mestika Zed, "Metode Penelitian Kepustakaan" (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2004) Hlm. 3

tafsir dengan merujuk pada berbagai kitab tafsir klasik maupun modern, seperti tafsir Al-Misbah.

b. Data skunder

Data skunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua.¹⁸ data skunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur ilmiah yang relevan membahas tentang kecantikan perempuan meliputi, buku, jurnal ,artikel dan penelitian terdahulu yang membahas tentang kecantikan digital, taghyir kholqillah (filter), dan teori konstruksi sosial. Kemudian untuk memperkaya kajian, peneliti memamfaatkan sumber daring seperti google scolar, researchgate, dan repositori UIN yang menyediakan referensi ilmiah terkait fenomena penggunaan filter wajah dimedia sosial.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan informasi yang diterapkan dalam studi ini adalah metode dokumentasi. Sugiyono menyatakan bahwa metode dokumentasi merupakan sebuah cara untuk mendapatkan data berupa buku,dokumentasi,tulisan, serta gambar yang mencakup laporan dan keterangan yang mendukung penelitian.¹⁹ Teknik ini ditempuh melalui penelusuran berbagai sumber tertulis yang memiliki relevansi dengan objek kajian, terutama kitab-kitab tafsir yang menjadi rujukan utama, seperti *Tafsir*

¹⁸ Rahman, Metodologi Tafsir Al-Qur'an, hlm. 29

¹⁹Rifa'i Abu Bakar, Pengantar Metodologi Penelitian (Yogyakarta: SUKA-Press Uin Sunan Kalijaga, 2021) Hlm. 114

al-Misbah karya M. Quraish Shihab, serta beberapa tafsir pendukung antara lain *Tafsir Ibn Katsir*, *Tafsir al-Qurtubi*.

Selain sumber primer tersebut, peneliti juga memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur pendukung, seperti buku-buku ilmiah, jurnal akademik, dan artikel yang membahas teori konstruksi sosial serta fenomena kecantikan digital dan penggunaan filter wajah di media sosial. Seluruh data tersebut dikumpulkan melalui proses membaca secara cermat, pencatatan informasi penting, serta pengelompokan sesuai dengan fokus dan kebutuhan penelitian.

5. Teknik pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif yang berlandaskan pada metode tafsir tahlili. Teknik ini digunakan karena dianggap paling relevan untuk menelaah kandungan makna Al-Qur'an secara mendalam sekaligus mengaitkannya dengan realitas sosial pada masa kini. Dalam konteks penelitian ini guna untuk mengungkap pesan-pesan moral dan nilai-nilai yang terkandung dalam QS. An-Nisa [4]:119 mengenai larangan "mengubah ciptaan Allah", kemudian menautkannya dengan fenomena kecantikan digital melalui penggunaan filter wajah di media sosial.²⁰

²⁰ Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.

Langkah-langkah analisis dilakukan melalui beberapa tahap,diantaranya:

- a. Pengumpulan dan klasifikasi data, akni mengumpulkan ayat utama penelitian, yaitu QS. *An-Nisa* [4]:119, beserta kitab tafsir klasik dan modern serta literatur pendukung yang memiliki relevansi dengan tema kecantikan digital;
- b. Verifikasi data, yaitu menyeleksi serta memeriksa keabsahan sumber tafsir dan literatur untuk memastikan kesesuaiannya dengan konteks penelitian.
- c. Penyusunan data secara sistematis, yaitu mengelompokkan hasil pengumpulan data sesuai dengan tahapan dalam metode tafsir tahlili, dimulai dari kajian kebahasaan, *asbābun nuzūl*, pandangan para mufasir, hingga relevansi maknanya terhadap fenomena sosial masa kini

Proses pengolahan data ini memiliki peran penting dalam menjamin validitas serta ketepatan informasi yang akan dianalisis. Melalui pengolahan yang sistematis, peneliti dapat menyeleksi bagian-bagian yang paling relevan dari teks tafsir dan literatur pendukung, sehingga hasil analisis menjadi lebih terarah, mendalam, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, data yang telah diolah dapat dimanfaatkan secara optimal dalam menafsirkan QS. *An-Nisa* [4]:119 secara kontekstual terhadap fenomena kecantikan digital di era modern.

G. PENELITIAN TERDAHULU

Agar penelitian ini tidak menimbulkan duplikasi atau kemiripan dengan studi-studi sebelumnya, maka diperlukan tinjauan pustakan yang mendalam. Pada bagian ini disajikan beberapa referensi literatur yang memiliki hubungan erat dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Pertama, penelitian yang dilakukan Alifah Rose Wiana, Syifa Diah Puspita, dan Afwan Syahril (2025) berjudul “*TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital*”. Penelitian ini mengkaji bagaimana platform tiktok berperan dalam membentuk pola kecantikan yang seragam di kalangan generasi muda. Dengan menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Lucman, penelitian ini juga menunjukkan bahwa sistem algoritma tiktok membantu menetukan penampilan ideal seperti kulit cerah dan wajah ramping yang kemudian mengakibatkan tekanan sosial dan kurangnya rasa percaya diri di kalangan perempuan muda. Hasil dari penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini yakni bahwa standar kecantikan digital ini menciptakan tekanan sosial dan rasa tidak aman di kalangan pengguna, terutama perempuan muda. Namun, studi ini juga mengidentifikasi gerakan kepositifan tubuh dan penerimaan diri sebagai bentuk perlawanannya terhadap dominasi kecantikan digital yang seragam di media sosial.²¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-sama menyoroti fenomena konstruksi kecantikan digital serta membahas bagaimana penggunaan filter wajah dan sistem algoritma media sosial

²¹ Wiana, Alifah Rose, Syifa Diah Puspita, and Afwan Syahril. "TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital." *Al-Qolamuna: Journal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2.1 (2025): 75-86.

menciptakan standar kecantikan yang berpotensi memengaruhi tingkat kepercayaan diri. Sedangkan perbedaannya, penelitian yang dilakukan oleh Windah berfokus pada dimensi sosial dan budaya dengan menggunakan teori konstruksi Berger dan Luckman, sementara penelitian baru ini akan mengkaji topik dari sudut pandang teologis dan tafsir qur'an.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Arif Sugitanata, Faradila Hasan, Siti Aminah (2024), berjudul "*Efek Cermin Digital: Fenomena di Media Sosial yang Mempengaruhi Konstruksi Diri Perempuan*" Penelitian ini mengkaji bagaimana media sosial bertindak sebagai "cermin digital" yang memengaruhi cara perempuan memandang diri mereka sendiri dan membentuk hubungan interpersonal. Fokusnya tidak hanya pada citra tubuh atau kecantikan, tetapi juga bagaimana media sosial menciptakan realitas sosial baru melalui refleksi digital yang seringkali tidak realistik, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif-analitis kemudian untuk menganalisis data menggunakan teori konstruksi sosialitas Berger dan Luckman.²²

Persamaan penelitian Arif dkk dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas terkait pengaruh media sosial seperti *tiktok*, *Instagram*, terhadap pembentukan cara pandang perempuan terhadap dirinya sendiri. Adapun perbedaannya, penelitian yang dilakukan oleh Arif dkk lebih berfokus pada fenomena umum tentang bagaimana media sosial membuat

²² Sugitanata, Arif, Faradila Hasan, and Siti Aminah. "Efek Cermin Digital: Fenomena di Media Sosial yang Mempengaruhi Konstruksi Diri Perempuan." *Fatayat Journal of Gender and Children Studies* 2.1 (2024): 9-23.

konstruksi pada diri, sedangkan penelitian ini lebih spesifik pada fenomena konstruksi kecantikan digital melalui penggunaan filter wajah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Suardin Abd Rasyid, Surahman Cinu, Nanang Wijaya,(2024), berjudul “*Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)*” fokus bahasan yaitu media sosial telah memengaruhi pandangan dan perilaku mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik terhadap konsep kecantikan, secara garis besar jurnal ini menjelaskan bahwa media sosial menjadi wadah utama dalam membentuk standar kecantikan modern, seperti memiliki kulit yang cerah , badan yang langsing ,yang banyak di dipopulerkan melalui influencer dan penggunaan filter digital, sehingga memberikan dampak negatif terhadap mahasiswi, yaitu sering cenderung menilai kecantikan dari tampilan visual dimedia sosial dan terdorong untuk membeli produk kecantikan agar sesuai dengan tren yang sedang berlangsung.²³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama membahas terkait tema konstruksi kecantikan digital dengan menggunakan pendekatan kualitatif,serta sama-sama menyoroti dampak media terhadap persepsi kecantikan. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan keilmuan dan tujuan, penelitian ini bersifat sosiologis yaitu hanya fokus pada perilaku konsumtif mahasiswi, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan

²³ Abd Rasyid, Suardin, et al. "Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4.4 (2024): 8887-8901.

bersifat religious-teologis yang mengkaji fenomena filter wajah berdasarkan nilai-nilai qur'an.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Nuryah Vika Andriani, Ida Kurnia Shofa, Mohammad Mualim,(2024) berjudul “*Trend Beauty Menurut Al-Qur'an: Analisis Qs An-Nisa Ayat 119 dan Qs Al-Rum Ayat 30 Perspektif Quraish shihab*” fokus kajian dalam penelitian yaitu menelaah fenomena kecantikan masa kini seperti eyelash extension, nail art, dan sulam alis melalui perspektif al-qur'an menurut tafsir Quraish shihab khususnya Qs An-Nisa ayat 119 dan qs ar-rum ayat 30, kajian ini menyoroti apakah praktik kecantikan tersebut dapat dikategorikan sebagai perubahan terhadap ciptaan allah atau masih dalam batas yang dibolehkan oleh syariat.²⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama mengkaji fenomena kecantikan modern dan mengaitkannya dengan qs an-nisa ayat 119 untuk menelaah makna filter (mengubah ciptaan allah). Sedangkan perbedaannya , penelitian yang dilakukan oleh Nuryah dkk berpokus pada kecantikan fisik seperti *eyelash extension, nail art, sulam alis*. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan berfokus pada filter wajah di media sosial dengan menggunakan teori konstruksi sosial barger dan Luckman.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Zurrotin Nabila dan Lailatul Muarofah Hanim (2024), berjudul “*The Power Of Beauty Filters: How Does It Impacts Body Image?*” Pokus pembahasan yaitu pengaruh penggunaan filter

²⁴ Andriani, Nuryah Vika, Ida Kurnia Shofa, and Mohamad Mualim. "TREND BEAUTY MENURUT AL-QUR'AN: Analisis QS. Al-Nisa' Ayat 119 Dan QS. Al-Rum Ayat 30 Perspektif Quraish Shihab." *TAJIDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin* 23.1 (2024): 160-191.

kecantikan di media sosial khususnya di Instagram secara intens dapat memengaruhi cara pandang perempuan terhadap tubuh mereka, serta mengungkapkan semakin sering seseorang menggunakan filter akan semakin menurun tingkat kepuasan pada penampilan fisik aslinya.²⁵

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas terkait dampak penggunaan filter kecantikan yang berlebihan di media sosial khususnya di Instagram. Adapun perbedaannya, penelitian yang dilakukan oleh Zurrotun lebih fokus pada dampak pengaruh psikologis terhadap citra tubuh, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu berpokus untuk menelah makna religius dari penggunaan filter wajah melalui QS An Nisa Yat 119 serta menggunakan teori konstruksi sosial.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Alifah Rose Wiana, Syifa Diah Puspita, dan Afwan Syahril (2025) berjudul “ <i>TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital</i> ”	Persamaan terletak pada tema yang diangkat yaitu sama-sama mengkaji fenomena konstruksi kecantikan digital.	Penelitian terdahulu fokus utamanya yaitu menelaah makna kecantikan dari dimensi sosial dan budaya, sedangkan penelitian ini mengkaji makna kecantikan dari sudut pandang qur'an.
2	Arif Sigitanata, Faradila Hasan, Siti Aminah (2024), berjudul “ <i>Efek</i>	Sama-sama menyoroti pengaruh media sosial seperti	Penelitian terdahulu pokus pada fenomena umum tentang

²⁵ Nabilah, Zurrotin, and Lailatul Muarofah Hanim. "The Power of Beauty filters: How Does It Impacts Body Image?." *Procedia of Social Sciences and Humanities* 6 (2024): 488-491.

	<i>Cermin Digital: Fenomena di Media Sosial yang Mempengaruhi Konstruksi Diri Perempuan“</i>	<i>tiktok, Instagram,</i> terhadap pembentukan cara pandang perempuan terhadap dirinya sendiri.	bagaimana media sosial membuat konstruksi pada diri, sedangkan penelitian ini lebih spesifik pada fenomena konstruksi kecantikan digital melalui penggunaan filter wajah.
3	oleh Suardin Abd Rasyid, Surahman Cinu, Nanang Wijaya,(2024), berjudul “ <i>Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)</i>	Persamaan terletak pada tema yang diangkat dan pendekatannya yaitu konstruksi kecantikan digital dengan menggunakan pendekatan kualitatif,	Perbedaannya terletak pada pendekatan dan tujuannya, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan bersifat sosiologis,fokus pada perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan teologis.
4	Nuryah Vika Andriani, Ida Kurnia Shofa, Mohammad Mualim,(2024) berjudul “ <i>Trend Beauty Menurut Al-Qur'an: Analisis Qs An-Nisa Ayat 119 dan Qs Al-Rum Ayat 30 Perspektif Qurais</i>	Persamaannya terletak pada tema yang dikaji yaitu fenomena kecantikan modern dan mengaitkannya dengan qs an-nisa ayat 119 untuk menelaah makna filter	Penelitian terdahulu pokus mengkaji konstruksi kecantikan seperti <i>eyelash extension, nail art, sulam alis.</i> Sedangkan penelitian ini pokus mengkaji phenomena penggunaan filter wajah di media

	<i>shihab” penelitian ini mengkaji”</i>		sosial dengan menggunakan teori konstruksi sosial barger dan Luckman.
5	Zurrotin Nabila dan Lailatul Muarofah Hanim (2024), berjudul “The Power Of Beauty Filters: How Does It Impacts Body Image?”	Persamaan nya terletak pada pokus kajian yaitu dampak penggunaan filter kecantikan yang berlebihan di media sosial khususnya di Instagram,	Penelitian terdahulu meneliti pengaruh psikologis terhadap penggunaan filter wajah terhadap citra tubuh. Sedangkan penelitian ini menelaah penggunaan filter wajah berdasarkan QS An-Nisa:119 dalam konteks digital.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Agar penelitian tersusun secara sistematis dan mudah dipahami, peneliti akan membagi kajian ini menjadi empat bab. Agar memudahkan pembaca dalam memahami isi dan alur pembahasan, yaitu:

Bab pertama, yaitu memaparkan uraian mengenai latar belakang masalah yang menekankan urgensi kajian tentang konstruksi kecantikan digital dalam perspektif Al-Qur'an, khususnya melalui analisis tafsir terhadap QS. An-Nisa [4]:119. Pada bab ini juga dijelaskan rumusan masalah, tujuan, serta manfaat penelitian baik dari segi teoretis maupun praktis. Selain itu, Bab ini juga mencakup penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan, yang meliputi pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research), teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi, serta analisis data menggunakan

metode tafsir tahlili dengan pendekatan analitis-kontekstual. Bab ini juga memuat tinjauan terhadap penelitian terdahulu dan sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan.

Bab kedua, Bab mencakup landasan teori yang menjadi dasar dalam melakukan analisis penelitian. Pembahasannya meliputi konsep kecantikan dalam Islam, teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, serta fenomena kecantikan digital yang berkembang di media sosial. Selain itu, bab ini juga menguraikan metode tafsir tahlili dan pandangan para mufasir klasik maupun modern, seperti Ibn Katsir, Al-Qurtubi, dan M. Quraish Shihab, yang dijadikan rujukan utama dalam penafsiran QS. An-Nisa [4]:119. Tujuan dari bab ini adalah untuk membangun kerangka konseptual yang kokoh dalam memahami relevansi nilai-nilai Al-Qur'an terhadap budaya digital dan konstruksi kecantikan modern.

Bab ketiga, Hasil Penelitian dan Pembahasan merupakan inti dari keseluruhan penelitian ini. Pada bab ini, peneliti menguraikan analisis tafsir QS. An-Nisa [4]:119 dengan menggunakan metode tafsir tahlili serta mengaitkannya dengan fenomena penggunaan filter wajah di media sosial. Pembahasan mencakup penjelasan mengenai makna ayat, konteks historis, serta perbandingan interpretasi para ulama klasik dan modern. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dikaitkan dengan teori konstruksi sosial untuk menggambarkan bagaimana standar kecantikan digital terbentuk dan memengaruhi cara pandang manusia terhadap keindahan ciptaan Allah.

Bab ke empat, bab ini memuat kesimpulan yang merangkum hasil penelitian dan menjawab rumusan masalah terkait konstruksi kecantikan digital dalam perspektif QS. An-Nisa [4]:119. Selain itu, bab ini juga menyajikan saran untuk pengembangan kajian tafsir kontemporer serta memberikan rekomendasi bagi masyarakat agar lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. METODE TAFSIR TAHLILI

Metode tafsir *tahlili* merupakan salah satu pendekatan penting dalam tradisi penafsiran Al-Qur'an yang memiliki posisi signifikan dalam khazanah keilmuan Islam. Secara etimologis, istilah *tahlili* berasal dari kata *ḥalla-yahillu-taḥlīlān* yang bermakna menguraikan atau menjelaskan secara rinci. Dalam konteks penafsiran Al-Qur'an, metode ini dipahami sebagai usaha untuk menafsirkan ayat-ayat Al-Qur'an secara mendalam dan sistematis, ayat demi ayat, berdasarkan urutan mushaf, dengan memperhatikan berbagai aspek seperti unsur kebahasaan, konteks historis turunnya ayat (asbabun nuzul), keterkaitan antar ayat (munasabah), serta pandangan para mufasir dari berbagai periode.²⁶

Metode tafsir *tahlili* juga dilakukan dengan menguraikan secara menyeluruh berbagai aspek yang terkandung dalam ayat-ayat yang ditafsirkan, serta menjelaskan makna-makna yang termuat di dalamnya sesuai dengan kapasitas keilmuan dan kecenderungan mufasir yang menafsirkannya. Dengan pendekatan ini, seorang mufasir tidak hanya berupaya memahami teks Al-Qur'an secara literal, tetapi juga menyingkap makna kontekstual dan pesan moral yang terkandung di balik setiap ayat, sehingga menghasilkan penafsiran yang komprehensif dan mendalam. Menurut 'Abdul Hayy al-Farmawī dalam karyanya *Al-Bidayah fi al-Tafsir al-Maudhui*, metode *tahlili* dilakukan dengan

²⁶ M. Quraish Shihab, *Kaidah Tafsir: Syarat, Ketentuan, dan Aturan yang Patut Anda Ketahui dalam Memahami Ayat-Ayat Al-Qur'an* (Tangerang: Lentera Hati, 2013), hlm. 55.

cara menafsirkan ayat-ayat Al-Qur'an secara sistematis untuk mengungkap makna kebahasaan, konteks historis, hukum, akidah, dan pesan moral yang terkandung di dalamnya.³ Dengan demikian, metode ini tidak hanya menjelaskan arti tekstual dari suatu ayat, tetapi juga menggali kandungan makna substantif yang bersifat spiritual dan sosial, sehingga pesan Al-Qur'an dapat dipahami secara lebih komprehensif dan kontekstual.

Dalam penelitian ini, metode tafsir *tahlili* diterapkan dengan menggunakan pendekatan *adabi ijtimai* (sastra-sosial) sebagaimana yang dikembangkan oleh M. Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Mishbah*. Pendekatan ini menekankan pentingnya keseimbangan antara teks Al-Qur'an dengan realitas sosial dan kemanusiaan, sehingga pesan-pesan Al-Qur'an dapat dihadirkan secara kontekstual dan relevan dengan kehidupan masyarakat modern.²⁷

Adapun alasan pemilihan metode tafsir *tahlili* dalam penelitian ini adalah karena metode ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji kandungan QS. An-Nisa [4]:119 secara mendalam dari berbagai aspek, baik kebahasaan, historis, maupun nilai-nilai moral dan sosial yang terkandung di dalamnya. Melalui metode ini, penafsiran terhadap ayat dapat dilakukan secara menyeluruh dan terarah, sehingga relevansinya dengan fenomena penggunaan filter wajah di media sosial dapat dianalisis secara ilmiah dan kontekstual.

²⁷ Manna' Khalil al-Qattan, *Mabahits fi 'Ulum al-Qur'an* (Beirut: Dār al-Fikr, 1973), hlm. 343.

B. TEORI KONSTRUKSI SOSIAL PETER L DAN THOMAS LUCKMAN

Teori konstruksi sosial merupakan salah satu landasan penting dalam kajian sosiologi pengetahuan yang diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui karya mereka berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*.²⁸ Teori ini berangkat dari pandangan bahwa realitas sosial yang dikenal manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak terbentuk secara alamiah atau hadir dengan sendirinya, melainkan merupakan hasil dari proses sosial yang senantiasa dibangun oleh manusia. Dalam konteks ini, manusia tidak hanya berperan sebagai individu yang hidup di tengah masyarakat, tetapi juga sebagai pencipta realitas sosial itu sendiri. Melalui interaksi sosial, komunikasi, penggunaan simbol, serta aktivitas keseharian, manusia membentuk makna dan struktur sosial yang kemudian disepakati bersama sebagai kenyataan sosial yang dianggap bersifat objektif.

Untuk memahami lebih mendalam mengenai bagaimana realitas sosial terbentuk, Peter L. Berger bersama Thomas Luckmann menekankan dua konsep utama dalam teori konstruksi sosial, yaitu “realitas” dan “pengetahuan.” Realitas dipahami sebagai sesuatu yang nyata dan eksis secara objektif di luar individu, tidak bergantung pada persepsi pribadi.²⁹ Sementara itu, pengetahuan berkaitan dengan proses manusia dalam memahami dan mengakui berbagai fenomena sosial yang memiliki karakteristik tertentu. Kedua konsep ini menjadi

²⁸ Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.

²⁹ Ahmad Nur Mizan, “Peter L. Berger Dan Gagasan Mengenai Konstruksi Sosial Dan Agama,” Jurnal Citra Ilmu XII, no. 24 (2016).

dasar penting dalam menjelaskan bagaimana masyarakat membangun, memaknai, serta merespons fenomena sosial di lingkungannya.³⁰

Lebih lanjut, konsep “realitas” merujuk pada keberadaan fenomena sosial yang bersifat objektif, eksternal, dan memiliki kekuatan untuk memengaruhi tindakan manusia. Sedangkan “pengetahuan” merupakan hasil internalisasi realitas tersebut ke dalam kesadaran individu, yang membentuk pemahaman subjektif tentang dunia sosial di sekitarnya. Dengan demikian, realitas dan pengetahuan memiliki hubungan yang erat dan saling melengkapi dalam membentuk persepsi, makna, serta pengalaman manusia terhadap kehidupan sosial.³¹

Selain kedua konsep utama tersebut, Berger dan Luckmann juga mengemukakan bahwa pembentukan realitas sosial terjadi melalui suatu proses dialektika yang mencakup tiga tahapan yang saling berkaitan, yaitu:

1. Eksternalisasi

Eksternalisasi merupakan proses ketika manusia mengekspresikan dirinya ke dalam dunia sosial. Pada tahap ini, ide, nilai, dan makna yang ada dalam diri seseorang diwujudkan melalui tindakan, bahasa, serta komunikasi, sehingga menjadi bagian dari kehidupan sosial bersama.

2. Objektivasi

Objektivasi merupakan proses ketika makna dan realitas yang awalnya dibentuk oleh individu mulai dipandang sebagai sesuatu yang objektif dan

³⁰ Sulaiman, “Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger.”

³¹ Abdullah Hanif, “Tradisi Peringatan Haul Dalam Pendekatan Sosiologi Pengetahuan Peter L. Berger,” Jurnal Studi Islam Dan Sosial XIII, no. 1 (2015).

berdiri sendiri. Pada tahap ini, hasil dari pemikiran dan tindakan individu tidak lagi sekadar bersifat pribadi, melainkan menjadi bagian dari struktur sosial yang lebih luas dan diakui bersama oleh masyarakat.

3. Internalisasi

Internalisasi merupakan proses di mana individu mulai menyerap dan memahami makna serta realitas yang telah terbentuk secara objektif di dalam masyarakat. Dalam tahap ini, individu tidak hanya menerima, tetapi juga menyesuaikan serta memadukan nilai, norma, dan makna sosial yang berlaku ke dalam dirinya. Melalui proses ini, seseorang kemudian membangun identitas dan cara pandang terhadap diri sendiri yang sejalan dengan lingkungan sosial tempat ia berada dan berinteraksi setiap hari.³²

Adapun salah satu alasan peneliti menggunakan teori konstruksi sosial ini karena memiliki relevansi yang kuat dalam memahami fenomena kehidupan modern, termasuk dinamika sosial di era digital. Dalam konteks ini, realitas sosial tidak hanya terbentuk di dunia nyata, tetapi juga tercipta di ruang virtual melalui media sosial dan berbagai platform digital lainnya. Gagasan ini sejalan dengan pemikiran Prof. Dr. Nasrulloh, M.Th.I., yang menilai bahwa teknologi informasi tidak sekadar berperan sebagai sarana penunjang, melainkan juga sebagai elemen yang membentuk perilaku serta pola pikir masyarakat masa kini. Dalam karya bukunya *Efektivitas Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Penelitian Bidang Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, Nasrulloh (2021) menegaskan

³² Ahmad Nur Mizan, "Peter L. Berger Dan Gagasan Mengenai Konstruksi Sosial Dan Agama.

bahwa kemajuan media digital telah melahirkan pola interaksi baru yang turut memengaruhi pembentukan realitas sosial dan keagamaan umat Islam.³³

Pandangan ini memiliki keterkaitan dengan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, yang menjelaskan bahwa realitas sosial termasuk konstruksi kecantikan digital terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi dalam ruang digital. Melalui interaksi yang berlangsung secara daring, manusia mengekspresikan identitas dirinya (eksternalisasi), membentuk norma serta tren digital yang kemudian diterima secara luas (objektivasi), dan pada akhirnya menjadikan nilai-nilai digital tersebut sebagai bagian dari kepribadian serta cara pandangnya terhadap diri sendiri (internalisasi).³⁴ Sebagai contoh, ketika seseorang menampilkan citra diri tertentu di media sosial, menggunakan filter wajah, atau mengikuti tren komunikasi daring, hal tersebut mencerminkan proses nyata dari konstruksi sosial di ranah digital.

Oleh karena itu, teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann diterapkan dalam penelitian ini sebagai dasar analisis sekaligus alat untuk memahami bagaimana proses terbentuknya serta diterimanya makna kecantikan digital melalui fenomena penggunaan filter wajah di media sosial.

³³ Nasrulloh, Nasrulloh, and Nurul Istiqomah. "Efektifitas pemanfaatan teknologi informasi untuk penelitian bidang ilmu al-Qur'an dan Tafsir." (2021).

³⁴ Peter L. Berger & Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), 59.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. ANALISIS QS AN-NISA AYAT 119 DENGAN METODE TAHLILI

Penelitian ini berfokus pada analisis QS. An-Nisa ayat 119 dalam kaitannya dengan fenomena kecantikan digital di era media sosial, khususnya penggunaan filter wajah yang mengubah tampilan alami seseorang. Ayat ini menjadi signifikan karena menggambarkan tipu daya setan yang berupaya menyesatkan manusia dengan menanamkan angan-angan kosong dan mendorong mereka untuk melakukan perubahan terhadap ciptaan Allah. Pesan ini memiliki relevansi yang kuat dengan kecenderungan manusia modern yang tergoda untuk memodifikasi penampilan melalui teknologi digital demi memenuhi standar kecantikan yang dibentuk oleh media.

1. Teks dan Makna Ayat

Yang berbunyi:

وَلَا ضَلَّلْنَاهُمْ وَلَا مَيَّنَاهُمْ وَلَا مَرَّنَاهُمْ فَإِنَّتُكُنَّ أَذَانَ الْأَنْعَامِ وَلَا مَرَّنَاهُمْ فَلَيُغَيِّرُنَّ خَلْقَ اللَّهِ وَمَنْ يَتَّخِذُ
الشَّيْطَنَ وَلِيًّا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَقَدْ حَسِرَ حُسْرًا مُبِينًا

Artinya “Dan sungguh akan aku sesatkan mereka, dan akan aku bangkitkan angan-angan kosong pada mereka, dan akan aku suruh mereka (memotong telinga-telinga hewan ternak), lalu mereka benar-benar memotongnya; dan akan aku suruh mereka (mengubah ciptaan Allah), lalu mereka benar-benar mengubahnya. Barang siapa menjadikan setan sebagai pelindung selain Allah, maka sungguh ia telah menderita kerugian yang nyata.

Ayat ini menunjukkan bahwa upaya mengubah ciptaan Allah tidak hanya mencakup perubahan fisik, tetapi juga melibatkan penyimpangan terhadap fitrah serta prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh Allah. Dalam konteks ini, manusia digambarkan sebagai makhluk yang rentan terhadap bujukan setan yang menanamkan ilusi mengenai kesempurnaan diri.³⁵ Tindakan mengubah ciptaan Allah juga dapat dimaknai sebagai bentuk ketidakpuasan dan penolakan terhadap ketetapan Allah, serta cerminan kurangnya rasa syukur atas kondisi diri yang telah ditetapkan-Nya.³⁶

2. Analisis Kebahasaan

لَأْضَلُّهُمْ : *menyesatkan atau menyimpangkan diri dari jalan yang lurus.*

Ungkapan ini menggambarkan tekad iblis untuk menjerumuskan manusia kedalam kesesatan baik dalam aspek akidah atupun moral.

لَأْمَتِينُهُ : *Angan-Angan kosong atau harapan palsu.* Istilah ini menggambarkan godaan halus yang menanamkan khayalan dan harapan semu agar manusia terlena oleh kesenangan duniawi yang sementara.

فَلَيُبَيِّنُ : *memotong atau merusak sesuatu secara permanen secara historis* kata ini merujuk pada kebiasaan masyarakat jahiliyyah yang memotong telinga hewan ternak mereka sebagai persembahan berhala.

فَلَيُقِرِّنُ خُلُقَ اللَّهِ : *mereka benar-benar merubah ciptaan allah,* kata para ulama tafsir kata makna perubahan disini tidak hanya mencakup perubahan fisik

³⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Cet. II (Jakarta: Lentera Hati, 2002), jilid 2, hlm. 456–458

³⁶ Sayyid Qutb, *it Zilal al-Qur'an*, jilid 3 (Kairo: Dar al-Shuruq, 1980), hlm. 221–223.

akan tetapi juga termasuk perubahan terhadap fitrah dan nilai-nilai ilahiyyah yang Allah tetapkan bagi manusia.

3. Asbabunnuzul Ayat

Asbabun Nuzul Ayat, Ayat 119 Surah An-Nisa' mengungkapkan sumpah setan untuk menyesatkan umat manusia dengan berbagai cara, termasuk merayu, menimbulkan angan-angan kosong, dan memerintahkan mereka untuk mengubah ciptaan Allah. Namun, tidak ada informasi spesifik mengenai asbabun nuzul (sebab-sebab turunnya) ayat ini dalam sumber-sumber yang tersedia.

Sebagian ulama menafsirkan ayat ini sebagai larangan terhadap perubahan fisik manusia yang bertentangan dengan fitrah, seperti operasi plastik. Namun, pendekatan hermeneutik ma'na-cum-maghza menunjukkan bahwa ayat ini lebih berkaitan dengan perubahan yang bertujuan untuk menyimpang dari ajaran agama, bukan perubahan yang dilakukan untuk alasan medis atau perawatan diri yang sah. Riwayat ini juga mencerminkan latar belakang budaya masyarakat jahiliah, di mana bangsa Arab pada masa itu memiliki kebiasaan menandai hewan ternak dengan cara memotong telinganya sebagai bentuk persembahan kepada berhala. Praktik tersebut dipandang sebagai simbol penyimpangan dari fitrah tauhid dan bentuk penyembahan selain kepada Allah.³⁷

³⁷ Shihab, M. Quraish. (2002). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* (Jilid 2). Jakarta: Lentera Hati, hlm. 52–54.

Dalam konteks kehidupan modern, terutama pada fenomena kecantikan digital sebagaimana dikaji dalam penelitian ini, pesan moral dari ayat tersebut masih menunjukkan relevansinya yang kuat. Jika pada masa jahiliah penyimpangan dari fitrah diwujudkan melalui tindakan fisik seperti memotong telinga hewan, maka pada era digital, bentuk penyimpangan tersebut muncul dalam bentuk manipulasi visual dan rekayasa citra diri digital. Fenomena penggunaan filter wajah di media sosial mencerminkan bentuk godaan modern yang sejalan dengan janji setan, yakni menanamkan ilusi kesempurnaan dan menyesatkan manusia melalui *angan-angan kosong* yang bersumber dari ketidakpuasan terhadap ciptaan Allah.

4. Penafsiran Menurut Mufassir Klasik dan Kontemporer

a. Tafsir Al-Misbah

Qraish shihab memberikan penafsiran yang lebih kontekstual dan menekankan aspek moral serta spiritual dari ayat tersebut. Beliau menyatakan bahwa inti dari larangan dalam ayat ini bukan sekadar pada tindakan fisik mengubah ciptaan Allah, tetapi lebih pada motif dan niat di balik tindakan tersebut. Jika suatu perubahan dilakukan karena dorongan untuk menipu, menolak ketentuan Allah, atau membentuk citra diri secara berlebihan demi pujian manusia, maka hal itu termasuk dalam perilaku yang dilarang. Namun, jika perubahan dilakukan untuk tujuan

pengobatan, kebersihan, atau memperbaiki cacat fisik, maka tindakan tersebut diperbolehkan karena tidak bertentangan dengan prinsip syariat.³⁸

Dalam konteks fenomena kecantikan digital, Quraish Shihab memperluas pemahaman bahwa larangan dalam ayat ini tidak hanya berkaitan dengan aspek fisik, tetapi juga menyentuh ranah moral dan spiritual manusia. Praktik penggunaan filter wajah secara berlebihan hingga menghilangkan keaslian diri mencerminkan motif yang sejalan dengan peringatan ayat tersebut, yakni dorongan untuk menampilkan kesempurnaan semu serta mengabaikan rasa syukur terhadap nikmat Allah SWT.

b. Tafsir Al-Qurtubi

Al-Qurtubi Menafsirkan istilah *taghyir khalqillah* dalam pengertian yang lebih luas, meliputi dimensi lahir dan batin. Secara lahiriah, konsep ini mencakup tindakan mengubah bentuk fisik tubuh secara permanen tanpa alasan syar'i, seperti operasi kosmetik yang bersifat merusak fitrah. Sementara secara batiniah, perubahan ini mencakup penyimpangan akidah dan moral dari jalan kebenaran. Al-Qurtubi menegaskan bahwa ayat ini menjadi dasar hukum keharaman praktik seperti tato, sihir, dan ritual jahiliyah yang menodai kesucian fitrah manusia.³⁹

³⁸ Andriani, N. V., Shofa, I. K., & Mualim, M. (2024). TREND BEAUTY MENURUT AL-QUR'AN: Analisis QS. Al-Nisa' Ayat 119 Dan QS. Al-Rum Ayat 30 Perspektif Quraish Shihab. *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 23(1), 160-191.

³⁹ Abu 'Abdillah al-Qurtubi, *Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an*, (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2006), jilid 5, hlm. 392

Dalam konteks penelitian ini, tafsir Al-Qurṭubi menegaskan adanya keterkaitan antara perubahan fisik dan penyimpangan nilai moral. Pada era modern.⁴⁰ tindakan mengubah citra diri melalui filter wajah tidak hanya memengaruhi aspek visual, tetapi juga berdampak pada cara seseorang menilai dirinya sendiri. Ketergantungan terhadap citra digital yang ideal berpotensi menimbulkan perasaan rendah diri, iri hati, serta hilangnya rasa syukur, yang keseluruhannya merupakan bentuk penyimpangan dari fitrah spiritual manusia.⁴¹

c. Ibnu Katsir

Ibnu katsir menjelaskan bahwa frasa “*mengubah ciptaan Allah*” mencakup segala bentuk perubahan fisik tubuh manusia yang dilakukan tanpa alasan yang dibenarkan secara syar’i. Contohnya termasuk membuat tato, mencukur alis secara berlebihan, atau melakukan modifikasi tubuh hanya demi tujuan estetika semata. Selain itu, Ibnu Katsir juga menafsirkan perubahan ini dalam makna religius, yaitu berpaling dari ajaran Islam menuju jalan kesesatan. Menurut beliau, setiap bentuk perubahan terhadap ciptaan Allah yang didorong oleh hawa nafsu dan bertujuan memperindah diri secara berlebihan termasuk perbuatan yang diharamkan karena merupakan bentuk ketidaksyukuran terhadap nikmat Allah.⁴²

⁴⁰ Al-Qurṭubi, Al-Jami’ li Aḥkam al-Qur’ān, Juz 5 (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 2006), 392.

⁴¹ Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetGirls: The Internet, Facebook, and Body Image Concern in Adolescent Girls. *International Journal of Eating Disorders*, 47(6), 630–643. <https://doi.org/10.1002/eat.22254>

⁴² Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur’ān al-Azhim*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1999), jilid 2, hlm. 459

Dalam konteks penelitian ini, penafsiran Ibn Katsir relevan untuk menjelaskan fenomena kontemporer di mana manusia berupaya mengubah penampilan alami ciptaan Allah melalui sarana digital, seperti filter wajah. Meskipun perubahan tersebut tidak bersifat fisik, perilaku ini mencerminkan kecenderungan untuk memodifikasi citra diri asli demi kepuasan estetika atau penerimaan sosial, yang sejalan dengan makna "pengubahan ciptaan Allah" sebagaimana diperingatkan dalam ayat tersebut.

d. Pandangan peneliti

Berdasarkan penafsiran para mufassir klasik maupun kontemporer diatas dapat disimpulkan bahwa Qs An-Nisa ayat 119 menegaskan larangan terhadap segala bentuk modifikasi terhadap ciptaan allah yang dilakukan dengan niat melampaui batas fitrah serta menolaknya.

Dalam konteks penelitian ini, istilah "mengubah ciptaan Allah" dapat ditafsirkan secara simbolik sebagai kritik terhadap konstruksi kecantikan digital yang marak di media sosial.⁴³ Teknologi filter wajah menghadirkan realitas buatan yang mendorong individu untuk memanipulasi citra dirinya demi memenuhi standar kecantikan yang semu.⁴⁴ Fenomena ini secara implisit mencerminkan kondisi yang digambarkan dalam QS. An-Nisa:119, yaitu bentuk penyesatan nilai yang

⁴³ Al-Qurṭubi, Al-Jāmi‘ li Aḥkam al-Qur’ān, Juz 5 (Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 2006), 391–392.

⁴⁴ Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetGirls: The Internet, Facebook, and Body Image Concern in Adolescent Girls. International Journal of Eating Disorders, 47(6), 630–643. <https://doi.org/10.1002/eat.22254>

membuat manusia tidak lagi mensyukuri fitrahnya, melainkan terjebak dalam ilusi kesempurnaan visual.

Dengan demikian dapat disimpulkan ayat ini menegaskan bahwa keindahan sejati tidak terletak pada tampilan lahiriah semata, melainkan pada ketulusan hati, kejujuran, dan rasa syukur atas ciptaan Allah SWT. Nilai tersebut menjadi landasan moral bagi umat Islam dalam memanfaatkan teknologi secara bijak, sekaligus menjaga kemurnian fitrah diri di tengah arus budaya digital yang terus berkembang.

B. RELEVANSI QS. AN-NISA AYAT 119 TERHADAP FENOMENA PENGGUNAAN FILTER WAJAH DI MEDIA SOSIAL

1. Fenomena Kecantikan Digital di Media Sosial

Kemajuan teknologi digital di era modern telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia memandang dan mengekspresikan kecantikan.⁴⁵ Salah satu fenomena paling menonjol yang muncul dari perkembangan ini adalah penggunaan filter wajah (*face filters*) di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Snapchat. Berbekal teknologi *augmented reality* (AR), filter wajah memungkinkan pengguna untuk melakukan modifikasi visual terhadap tampilan fisik mereka secara langsung dan interaktif. Aplikasi ini dapat memberikan berbagai efek, mulai dari

⁴⁵ Sugitanata, Arif, Faradila Hasan, and Siti Aminah. "Efek Cermin Digital: Fenomena di Media Sosial yang Mempengaruhi Konstruksi Diri Perempuan." *Fatayat Journal of Gender and Children Studies* 2.1 (2024): 9-23.

menghaluskan tekstur kulit, mempertegas kontur wajah, meniruskan pipi, membesarkan mata, hingga menambah elemen riasan digital.

Fenomena ini memunculkan konstruksi kecantikan digital (*digital beauty*), yang menggeser standar kecantikan dari bentuk alami menjadi citra hasil modifikasi teknologi. Seiring berkembangnya tren ini, standar kecantikan artifisial tersebut semakin mengakar, terutama di kalangan pengguna muda khususnya perempuan yang merasa ter dorong untuk menyesuaikan diri dengan gambaran ideal yang tampak pada media sosial.⁴⁶

Dengan demikian Dampak fenomena ini tidak hanya terbatas pada aspek visual, tetapi juga mencakup efek psikologis dan sosial yang mendalam. Banyak pengguna mengalami tekanan untuk selalu menampilkan versi diri yang telah disempurnakan secara digital demi memperoleh penerimaan sosial berupa *likes*, komentar positif, atau pengakuan lain di ruang virtual. Tekanan ini seringkali menimbulkan rasa tidak puas terhadap diri sendiri, penurunan kepercayaan diri, hingga ketergantungan pada citra digital yang dianggap "sempurna". Kondisi tersebut bahkan dapat mengarah pada terjadinya ketersinggan diri, di mana individu merasa semakin jauh dari penampilan aslinya akibat lebih sering berinteraksi dengan versi diri yang telah dimanipulasi secara visual.

Dalam konteks penelitian ini, fenomena penggunaan filter wajah tersebut dikaitkan dengan konsep "mengubah ciptaan Allah" (taghyir

⁴⁶ Febriansyah, Febriansyah, and Nani Nurani Muksin. "Fenomena media sosial: antara hoax, destruksi demokrasi, dan ancaman disintegrasi bangsa." *Sebatik* 24.2 (2020): 193-200.

khalqillah) sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nisa :119. Ayat ini memperingatkan tentang tipu daya setan yang menggiring manusia untuk mengubah ciptaan Allah dalam rangka melampaui batas fitrah dan menolak ketetapan-Nya. Meskipun makna tersebut pada awalnya merujuk pada perubahan fisik secara langsung, dalam konteks modern, perubahan ini dapat dipahami secara simbolis melalui manipulasi citra diri menggunakan teknologi digital.

Dengan demikian, tren kecantikan digital melalui filter wajah mencerminkan bentuk kontemporer dari fenomena yang diperingatkan dalam ayat tersebut. Tindakan mengubah tampilan diri secara berlebihan demi memenuhi standar kecantikan artifisial menunjukkan adanya penolakan terhadap keaslian dan anugerah Ilahi. Hal ini menuntut adanya kesadaran kritis di kalangan umat Islam untuk memanfaatkan teknologi secara bijaksana, tanpa mengabaikan nilai-nilai etika, spiritualitas, serta penghargaan terhadap fitrah yang telah Allah SWT berikan.

2. Perspektif Qs An-Nisa:119 Terhadap Konteks Filter Wajah

وَلَا ضِلَالَ لَهُمْ وَلَا مَيِّنَاهُمْ فَلَيَتَكُنَّ اذَانَ الْأَنْعَامَ وَلَا مُرَأَتَهُمْ فَلَيُغَيِّرُنَّ خَلْقَ اللَّهِ وَمَنْ يَتَّخِذَ الشَّيْطَنَ وَلِيًّا مِّنْ دُونِ اللَّهِ فَقَدْ حَسِرَ حُسْرًا مُّبِينًا

Artinya: *Dan sungguh akan aku sesatkan mereka, dan akan aku bangkitkan angan-angan kosong pada mereka, dan akan aku suruh mereka (memotong telinga-telinga hewan ternak), lalu mereka benar-benar memotongnya; dan akan aku suruh mereka (mengubah ciptaan Allah), lalu mereka benar-benar*

mengubahnya. Barang siapa menjadikan setan sebagai pelindung selain Allah, maka sungguh ia telah menderita kerugian yang nyata.

Kandungan isi dari QS An-Nisa:119 ini mengungkapkan janji setan untuk menyesatkan manusia dengan menggiring mereka pada tindakan "mengubah ciptaan Allah." Perubahan ini tidak hanya mencakup aspek fisik semata, tetapi juga berkaitan dengan perubahan nilai dan cara manusia menilai dirinya sendiri serta dunia di sekitarnya. Dalam era digital saat ini, fenomena penggunaan filter wajah di media sosial mencerminkan bentuk kontemporer dari makna tersebut.⁴⁷

Al-Qur'an secara tegas menyatakan bahwa manusia diciptakan dalam bentuk yang paling sempurna, sebagaimana dijelaskan dalam QS. At-Tin [95]:4. Hal ini menandakan bahwa setiap tindakan yang mencerminkan ketidakpuasan terhadap bentuk asli ciptaan Allah dapat dipandang sebagai penolakan terhadap fitrah. Penggunaan filter wajah untuk memodifikasi penampilan seperti menghaluskan kulit, meniruskan wajah, atau memperbesar mata menunjukkan adanya pergeseran makna kecantikan; dari rasa syukur atas pemberian Allah, menjadi upaya mengejar pengakuan sosial semata.⁴⁸

Dalam ajaran Islam, memperindah diri diperbolehkan selama dilakukan dalam ajaran yang sejalan dengan syariat dan tidak merusak keaslian ciptaan. Namun, penggunaan teknologi yang mendorong hilangnya

⁴⁷ Peter L. Berger & Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), 59.

⁴⁸ Abu 'Abdillah al-Qurtubi, *Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an*, (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2006), jilid 5, hlm. 392

rasa percaya diri atau memunculkan sikap tidak bersyukur dapat dikategorikan sebagai bentuk penyimpangan nilai spiritual. Filter wajah, meskipun bersifat digital dan sementara, tetap dapat memengaruhi mentalitas dan spiritualitas seseorang, terutama jika digunakan untuk menutupi identitas asli demi standar kecantikan yang semu.

C. ANALISIS TEORI KONSTRUKSI PETER L DAN THOMAS LUKCMAN TERHADAP FENOMENA FILTER WAJAH DI MEDIA SOSIAL

Dalam mengkaji fenomena kecantikan di era digital, penting untuk memandangnya sebagai wujud realitas sosial yang terbentuk secara kolektif. Kecantikan pada masa kini tidak lagi berkaitan dengan keaslian tubuh secara fisik, melainkan lebih menekankan pada gambaran yang dibentuk melalui perantara media dan inovasi teknologi.⁴⁹

Sebagaimana dikemukakan oleh Jean Baudrillard, media telah menghasilkan apa yang disebut simulacrum atau realitas tiruan, di mana representasi yang disajikan sering kali lebih diyakini daripada fakta sesungguhnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa gagasan kecantikan kontemporer merupakan produk konstruksi sosial yang terpengaruh oleh hubungan manusia dengan teknologi. Oleh karena itu, teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menjadi dasar yang tepat untuk

⁴⁹ Sulaiman, A. (2016). Memahami teori konstruksi sosial Peter L. Berger. *Society*, 4(1), 15-22.

menganalisis proses pembentukan, penerimaan, serta penginternalan makna kecantikan digital di kalangan pengguna media sosial.⁵⁰

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam karya mereka, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (1966). Teori ini berpendapat bahwa realitas sosial tidak terbentuk secara alami, melainkan merupakan hasil dari proses sosial yang terus-menerus diciptakan dan dipertahankan melalui interaksi antar individu dalam masyarakat. Dengan demikian, realitas yang muncul dalam kehidupan manusia sebenarnya merupakan hasil konstruksi yang disepakati secara sosial.⁵¹

Kemudian Barger dan lukcman menjelaskan bahwa proses terbentuknya konstruksi sosial melalui tiga tahapan utama yang bersifat dialektis, yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Ketiga tahap ini menggambarkan bagaimana pengalaman subjektif individu secara bertahap berubah menjadi realitas sosial yang bersifat objektif, kemudian diterima serta dijalani Bersama oleh masyarakat secara kolektif.

1. Proses Eksternalisasi

Eksternalisasi adalah proses di mana individu beradaptasi dan mengekspresikan diri terhadap lingkungannya atau merupakan proses ketika manusia mengekspresikan dirinya ke dalam dunia sosial.

⁵⁰ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, (London: Penguin Books, 1966), hlm. 60.

⁵¹ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, (London: Penguin Books, 1966), hlm. 61.

Pada tahap ini, dalam konteks fenomena penggunaan filter wajah terjadi yaitu ketika individu mulai menampilkan identitas dirinya ke ranah publik digital melalui fitur filter wajah di media sosial.⁵² Pada mulanya, penggunaan filter hanya dimaksudkan sebagai bentuk hiburan dan eksplorasi diri, namun lambat laun berkembang menjadi sarana untuk membangun citra diri secara sosial. Pada tahap ini, pengguna tidak sekadar memperlihatkan wajah aslinya, melainkan mengonstruksi versi diri yang ideal, sesuai dengan standar kecantikan yang dominan di ruang digital.

Proses tersebut berawal dari dorongan internal, yakni kebutuhan untuk diterima dan diakui secara sosial. Ketika individu meyakini bahwa penampilan yang menarik dapat meningkatkan penerimaan sosial, ia mulai memanfaatkan filter sebagai alat untuk mencapai citra yang diinginkan. Penggunaan ini kemudian menjadi representasi dari nilai, ekspektasi, dan persepsi diri yang diekspresikan ke dalam ruang publik inilah manifestasi nyata eksternalisasi makna diri dalam kebudayaan media.⁵³

Lebih lanjut, ekspresi digital ini tidak hanya berhenti pada level individu, melainkan turut dikonsumsi dan diamati oleh orang lain melalui interaksi daring. Setiap unggahan berfilter mengandung pesan sosial implisit: bahwa “wajah ideal” adalah wajah yang telah dimodifikasi. Dalam pengertian ini, eksternalisasi tidak semata-mata merujuk pada tindakan

⁵² Kusherawati, N. (2023). *Fenomena Sembahyang Kubur Masyarakat Tionghoa di Kelurahan Pangmilang Kota Singkawang Kalimantan Barat: Suatu Perspektif Konstruksi Sosial* (Doctoral dissertation, Universitas Tanjungpura).

⁵³ Ngangi, Charles R. "Konstruksi sosial dalam realitas sosial." *Agri-Sosioekonomi* 7.2 (2011): 1-4.

mengubah wajah, melainkan juga sebagai tindakan sosial yang membentuk makna baru tentang keindahan dan penerimaan diri.

Dengan demikian, proses eksternalisasi dalam fenomena filter wajah menggambarkan bagaimana individu secara aktif membangun realitas sosial baru melalui tindakan sederhana di media digital. Ia mengartikulasikan nilai-nilai budaya tentang kecantikan dan kesempurnaan, yang kemudian menjadi bagian dari konstruksi sosial yang lebih luas dalam masyarakat.

2. Proses Objektivasi

Objektivasi merupakan proses ketika makna dan realitas yang awalnya dibentuk oleh individu mulai dipandang sebagai sesuatu yang objektif dan berdiri sendiri.⁵⁴ fenomena penggunaan filter wajah merupakan tahap dimana hasil dari proses eksternalisasi individu berubah menjadi realitas sosial yang diterima secara luas. Pada tahap ini penggunaan filter wajah tidak lagi dipandang sebagai sekadar tindakan pribadi, melainkan sebagai praktik yang diakui dan dianggap lumrah dalam konteks interaksi digital. Citra kecantikan yang dihasilkan melalui filter dengan tampilan yang mulus, simetris, dan bebas kekurangan kemudian berkembang menjadi standar kecantikan baru yang dianggap objektif di lingkungan media sosial.⁵⁵

Proses ini terlihat ketika filter wajah digunakan secara masif oleh berbagai kalangan, sehingga makna yang sebelumnya bersifat subjektif

⁵⁴ Ashaf, A. F. (2022). Konstruksi sosial dalam jalinan hubungan friends with benefits (fwb)(studi pada remaja di Kota Bandarlampung). *Intercode*, 2(1).

⁵⁵ Pandie, Daud Alfons, Liem Kok Han, and Jeni Isak Lele. "Konstruksi Sosial Masyarakat Desa Oelaba yang Beragama Kristen Terhadap Realitas Sosial Etnis Bajo (Manusia Perahu) yang Beragama Islam Dalam Perspektif Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger." *Matheteuo: Religious Studies* 1.2 (2021): 89-98.

berubah menjadi kesepakatan bersama. Foto atau video yang diedit menggunakan filter tidak lagi dianggap sebagai manipulasi visual, melainkan sebagai representasi diri yang wajar dalam dunia digital. Dengan demikian, tampilan wajah yang terfilter menjadi bagian dari “dunia objektif”, yaitu realitas sosial yang tampak nyata dan seolah-olah berdiri sendiri terlepas dari konstruksi awal penggunanya.⁵⁶

Lebih jelas, proses objektivasi ini memperkuat pandangan bahwa kecantikan ideal adalah kecantikan yang telah melalui proses digitalisasi. Hal ini tercermin dari semakin meningkatnya penggunaan filter di platform media sosial, yang secara bertahap membentuk sudut pandang kolektif mengenai kriteria kecantikan yang diterima. Akibatnya, filter wajah tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat estetika, melainkan juga sebagai penguat konstruksi sosial mengenai keindahan dan validitas diri di ruang virtual.

Dengan demikian proses objektivasi dalam penelitian ini memperlihatkan bagaimana konstruksi kecantikan digital yang dimulai dari ekspresi individual bertransformasi menjadi tatanan sosial yang memengaruhi cara individu memandang dirinya dan orang lain. Standar yang terbentuk kemudian diterima sebagai sesuatu yang lumrah, bahkan diwariskan dan diulang oleh pengguna media sosial lintas generasi, tanpa disadari menjadi bagian dari realitas sosial yang terus direproduksi.

3. Proses Internalisasi

⁵⁶ Zulli, D., & Zulli, D. J. (2020). Extending the Internet Meme: Conceptualizing Technological Affordances of Memetic Media. *New Media & Society*, 22(11), 1872–1892. <https://doi.org/10.1177/1461444819882988>

Internalisasi merupakan proses di mana individu mulai menyerap dan memahami makna serta realitas yang telah terbentuk secara objektif di dalam masyarakat.⁵⁷ Proses internalisasi dalam fenomena penggunaan filter wajah merupakan tahap ketika individu menyerap kembali realitas sosial yang telah terbangun dan menjadikannya sebagai bagian dari cara pandang serta kesadaran diri. Pada tahap ini, nilai-nilai dan standar kecantikan yang sebelumnya bersifat eksternal, secara bertahap diterima dan diyakini sebagai kebenaran pribadi. Individu mulai meyakini bahwa tampilan wajah yang dianggap ideal adalah wajah yang telah melalui proses penyempurnaan digital sebagaimana tampak dalam filter media sosial.

Internalisasi berlangsung melalui paparan berulang terhadap citra yang telah terfilter dalam interaksi sosial, baik di dunia maya maupun di kehidupan nyata. Ketika unggahan berfilter tampak mendapatkan lebih banyak perhatian, puji, atau pengakuan sosial, hal tersebut memperkuat keyakinan individu bahwa kecantikan yang tidak memenuhi standar visual tertentu kurang dihargai. Akibatnya, individu terdorong untuk terus menggunakan filter guna memenuhi ekspektasi tersebut, bahkan menjadikan standar kecantikan digital sebagai ukuran nilai diri.

Kemudian Pada tahap ini, proses internalisasi tidak hanya mempengaruhi persepsi tentang estetika, tetapi juga berdampak pada aspek emosional dan sosial individu. Tuntutan untuk senantiasa tampil sempurna

⁵⁷ HADIWIJAYA, Achmad Suhendra. Sintesa teori konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial media massa. *DIALEKTika KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 2023, 11.1: 75-89.

sebagaimana standar yang dibangun di ruang digital dapat menciptakan tekanan psikologis, serta mengaburkan batas antara keaslian dan rekayasa visual. Lama kelamaan, citra kecantikan natural pun terpinggirkan oleh dominasi representasi digital yang telah terstandarisasi.⁵⁸

Dengan demikian, proses internalisasi dalam fenomena filter wajah menggambarkan bagaimana hasil konstruksi sosial yang dimulai dari ekspresi pribadi, dilembagakan secara sosial, dan diulang oleh banyak orang pada akhirnya menjadi bagian dari keyakinan dan perilaku individu. Proses ini menegaskan bahwa realitas sosial yang dibangun melalui media digital tidak hanya memengaruhi cara orang dinilai oleh orang lain, tetapi juga membentuk cara mereka menilai diri sendiri

Table 1.1 Proses konstruksi sosial

Tahapan	Penjelasan	Fenomena digital
Eksternalisasi	Ekspresi diri digital	Penggunaan filter wajah dimedia sosial.
Objektivasi	Norma sosial baru	Filter sudah dianggap wajar
Internalisasi	Kesadaran palsu diri	Pengguna tidak percaya diri lagi dengan wajahnya jika tidak memakai filter.

⁵⁸ PANDIE, Daud Alfons; HAN, Liem Kok; LELE, Jeni Isak. Konstruksi Sosial Masyarakat Desa Oelaba yang Beragama Kristen Terhadap Realitas Sosial Etnis Bajo (Manusia Perahu) yang Beragama Islam Dalam Perspektif Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger. *Matheteuo: Religious Studies*, 2021, 1.2: 89-98.

D. NILAI-NILAI ISLAM TERHADAP FENOMENA KECANTIKAN DIGITAL

1. Nilai Syukur Terhadap Ciptaan Allah

Dalam ajaran Islam, rasa syukur atas ciptaan Allah merupakan bagian utama dari bentuk penghambaan kepada-Nya.⁵⁹ Al-Qur'an menegaskan pentingnya bersyukur terhadap seluruh ciptaan Allah, termasuk bentuk fisik dan penampilan yang telah ditetapkan sejak lahir. Hal ini tedapat dalam firman Allah pada QS. At-Tin ayat 4:

Para ulama menafsirkan ayat ini sebagai penegasan bahwa setiap manusia diciptakan dengan kesempurnaan sesuai fungsi dan hikmahnya masing-masing.⁶⁰ Oleh karena itu, melakukan perubahan berlebihan terhadap fisik tanpa alasan yang dibenarkan secara syar'i, misalnya terkait kesehatan, dapat dipandang sebagai wujud kurangnya rasa syukur atas nikmat yang telah dianugerahkan Allah.

Fenomena kecantikan digital yang berkembang pesat melalui penggunaan filter wajah di media sosial berpotensi menggeser kesadaran manusia dari rasa syukur menuju ketidakpuasan diri. Individu terdorong untuk membandingkan dirinya dengan standar kecantikan yang bersifat tidak realistik dan cenderung seragam, sehingga melupakan bahwa setiap keunikan fisik merupakan bagian dari ketetapan Allah yang sepatutnya dijaga dan

⁵⁹ AZIZAH, Amirah Al May. Integrasi nilai-nilai keislaman dalam pembelajaran IPS pada kurikulum 2013. *Elementeris: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar Islam*, 2021, 3.1: 23-35.

⁶⁰ Yusuf Al-Qaradawi, *Al-Halal wal-Haram fil Islam* (2007)

disyukuri.⁶¹ Dalam konteks ini, rasa syukur tidak hanya berkaitan dengan penerimaan fisik, tetapi juga mencakup penerimaan diri secara mental, yang merupakan bagian penting dari kesehatan spiritual.

Rasulullah bersabda, “*Bukanlah kekayaan itu diukur dari banyaknya harta, melainkan kekayaan yang sebenarnya adalah kekayaan jiwa*” (HR. Bukhari dan Muslim).⁶² Hadis ini dapat dipahami sebagai anjuran untuk menumbuhkan kekayaan batin berupa rasa puas, penerimaan diri, dan syukur, dibandingkan terjebak dalam keinginan untuk memperindah penampilan luar demi memperoleh pengakuan semu. Oleh karena itu, nilai syukur dalam Islam mengajarkan umatnya untuk tidak larut dalam konstruksi kecantikan artifisial yang diciptakan oleh teknologi, melainkan kembali menyadari bahwa kecantikan sejati terletak pada fitrah yang telah dianugerahkan oleh Allah dan patut disyukuri.

2. Nilai Kejujuran Dan Keaslian Diri

Islam mengajarkan pentingnya nilai kejujuran (*ṣidq*) dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam cara individu menampilkan dirinya di ruang publik.⁶³ Nilai ini tidak hanya berlaku pada ucapan, tetapi juga pada tindakan, niat, dan representasi diri. Kejujuran dalam Islam merupakan prinsip moral yang mendasari integritas personal, dan mencakup upaya untuk menghadirkan diri apa adanya tanpa rekayasa atau kepalsuan yang bertujuan untuk menipu atau mengelabui. Oleh sebab itu, dalam konteks kecantikan

⁶¹ Al-Ghazali, *Ihya ‘Ulum al-Din* Juz 4 (Beirut: Dar al-Ma‘rifah, t.t.), 83.

⁶² HR. Bukhari No. 6446, HR. Muslim No. 1051

⁶³ Al-Ghazali, *Ihya Ulumuddin*, Bab tentang kejujuran dan amanah

digital, praktik manipulasi tampilan wajah dengan filter dapat dipandang sebagai bentuk ketidaksesuaian antara citra yang ditampilkan dan realitas, yang dalam sudut pandang Islam dapat mengikis nilai keaslian diri sebagai bagian dari amanah Allah. Sebagaimana Al-Qur'an menyebutkan dalam QS. Al-Ahzab ayat 70:

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar." Ayat ini menegaskan pentingnya berkata benar dalam rangka mencapai kehidupan yang diridai Allah. Para ulama memaknai ayat ini secara luas, termasuk mencakup kejujuran dalam penampilan dan kehormatan diri. Apabila seseorang menampilkan wajah yang telah dimodifikasi sebagai representasi dirinya, terdapat potensi hilangnya transparansi identitas yang sesungguhnya. Dengan demikian, praktik ini dapat menimbulkan ketidaksesuaian antara identitas visual dan realitas yang seharusnya dijaga sebagai bentuk kejujuran terhadap diri sendiri dan orang lain.⁶⁴

Selain itu, Rasulullah saw juga menekankan pentingnya keaslian dalam kehidupan seorang Muslim. Beliau bersabda, *"Sesungguhnya kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa ke surga. Seseorang yang senantiasa berlaku jujur akan dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur"* (HR. Bukhari dan Muslim).⁶⁵ Hadis ini menjadi landasan kuat bahwa nilai kejujuran bukan hanya etika sosial, melainkan juga merupakan jalan

⁶⁴ Munif, Muhammad, Fathor Rozi, and Siti Yusrohlana. "Strategi guru dalam membentuk karakter siswa melalui nilai-nilai kejujuran." *Fondatia* 5.2 (2021): 163-179.

⁶⁵ HR. Bukhari No. 6094, HR. Muslim No. 2607

menuju keberkahan dan kemuliaan di sisi Allah. Oleh karena itu, umat Islam diajak untuk memelihara keaslian diri sebagai bentuk penghormatan kepada karunia Allah, dan menghindari tipu daya visual yang hanya menciptakan citra semu demi penerimaan sosial yang bersifat sementara.

3. Etika Bermedia Dalam Islam

Dalam perspektif Islam, pemanfaatan media sosial dan teknologi modern harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian, kejujuran, dan tanggung jawab.⁶⁶ Etika dalam bermedia tidak hanya berkaitan dengan konten yang disampaikan, tetapi juga mencakup cara seseorang menampilkan dirinya dalam ruang digital. Islam menegaskan larangan terhadap segala bentuk penipuan atau pemalsuan realitas, baik melalui perkataan maupun perbuatan. Oleh karena itu, penggunaan fitur seperti filter wajah perlu dipertimbangkan dari sisi etika, terutama ketika hal tersebut berpotensi menciptakan ketidaksesuaian antara penampilan asli dan citra diri yang ditampilkan secara online. Prinsip ini berpijakan pada nilai *ṣidq* (kejujuran) dan amanah (tanggung jawab), yang menuntut umat Islam untuk bersikap jujur terhadap diri sendiri maupun orang lain.⁶⁷

Selanjutnya, Islam memandang media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan kebaikan dan berdakwah, sehingga segala aktivitas di dalamnya harus membawa manfaat dan kemaslahatan. Fenomena kecantikan digital melalui penggunaan filter wajah yang dapat menumbuhkan standar

⁶⁶ Munir, M., & Hijazi, M. (2018). *Etika Komunikasi dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia.

⁶⁷ Nurasih, Wiji, Mhd Rasidin, and Doli Witro. "Islam dan etika bermedia sosial bagi generasi milenial: Telaah surat al-'Asr." *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* 16.1 (2020): 149-178.

kecantikan semu dan menurunkan kepercayaan diri menjadi perhatian serius.

Dalam ranah etika bermedia, Prof. Dr. Nasrulloh, M.Th.I. menekankan bahwa setiap bentuk interaksi di ruang digital hendaknya berlandaskan pada nilai-nilai Al-Qur'an serta kesadaran spiritual. Melalui penelitiannya berjudul Optimalisasi Ta'lim Al-Qur'an dalam Meningkatkan Bacaan dan Pemahaman Al-Qur'an beliau menjelaskan bahwa perkembangan teknologi seharusnya dimanfaatkan untuk memperkuat moralitas dan kejujuran umat, bukan semata-mata untuk hiburan atau pencitraan diri. Pandangan tersebut memiliki relevansi dengan fenomena penggunaan filter wajah di media sosial, di mana nilai kejujuran dan kesederhanaan perlu dijadikan prinsip utama dalam menampilkan identitas diri di ruang digital.⁶⁸

Karena itu, umat Islam dianjurkan untuk menghindari sikap tabarruj (berlebihan dalam berhias) atau mengejar puji-pujian (riya') melalui tampilan digital. Etika bermedia dalam Islam mengedepankan keseimbangan antara pemanfaatan teknologi secara positif dan pemeliharaan nilai-nilai moral, keaslian identitas, serta kehormatan diri.⁶⁹

⁶⁸ Nasrulloh, N., & Syafi'uddin, M. F. (2025). "Optimalisasi Ta'lim Al-Qur'an dalam Meningkatkan Bacaan dan Pemahaman Al-Qur'an." *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), 149–15

⁶⁹ Nurasih, W., Rasidin, M., & Witro, D. (2020). Islam dan etika bermedia sosial bagi generasi milenial: Telaah surat al-'Asr. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 16(1), 149-178.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

Pertama, bahwa penggunaan filter wajah di media sosial berperan signifikan dalam membentuk konstruksi kecantikan digital. Fenomena ini mengarahkan masyarakat pada standar kecantikan yang seragam, artifisial, dan ditentukan oleh teknologi, sehingga menggeser makna kecantikan dari konsep alami menuju representasi digital yang tidak realistik. Filter wajah tidak hanya memengaruhi penampilan visual, tetapi juga membentuk persepsi dan penilaian individu terhadap dirinya maupun orang lain dalam ruang digital.

Kedua, QS. An-Nisa' [4]:119 memberikan kritik terhadap kecenderungan tersebut, karena mengubah ciptaan Allah tanpa kebutuhan syar'i dipandang sebagai sikap ketidaksyukuran dan bentuk mengikuti bisikan syaitan. Dalam konteks ini, fenomena penggunaan filter wajah yang berlebihan menimbulkan implikasi etis berupa hilangnya kejujuran dalam representasi diri dan pergeseran nilai fitrah. Secara psikologis, fenomena ini berpotensi menurunkan penerimaan diri, memunculkan kecemasan terhadap penampilan asli, dan meningkatkan ketergantungan pada kecantikan digital.

Dengan demikian, ayat tersebut menjadi landasan untuk menilai bahwa kecantikan dalam perspektif Islam tidak hanya berkaitan dengan tampilan fisik saja, tetapi juga penerimaan diri sebagai bentuk rasa syukur atas ciptaan Allah.

B. SARAN

Penelitian ini tentu masih memiliki keterbatasan, baik dari segi kedalaman analisis, keterbatasan referensi tafsir, maupun keterbatasan dalam menggali data sosial yang berkaitan dengan fenomena kecantikan digital di media sosial. Oleh karena itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas fokus kajian dengan melibatkan lebih banyak sumber tafsir klasik dan kontemporer, serta menelaah ayat-ayat lain yang relevan dengan tema perubahan ciptaan Allah, citra diri, dan konstruksi sosial.

Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan interdisipliner, seperti kajian komunikasi digital, sosiologi media, atau psikologi sosial, agar pembahasan mengenai kecantikan digital tidak hanya dilihat dari aspek penafsiran ayat, tetapi juga dari dimensi penerimaan dan dampaknya terhadap perilaku pengguna media sosial. Dengan demikian, hasil penelitian di masa mendatang diharapkan mampu melengkapi kekurangan penelitian ini serta memberikan kontribusi yang lebih luas bagi pengembangan kajian tafsir Al-Qur'an yang responsif terhadap dinamika sosial modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Fardouly, Jasmine, and Lenny R. Vartanian. "Social media and body image concerns: Current research and future directions." *Current opinion in psychology* 9 (2016): 1-5.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: the impact on young women's body image concerns and mood. *Body Image*. DOI: 10.1016/j.bodyim.2014.12.002
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2020). Extending the Internet Meme: Conceptualizing Technological Affordances of Memetic Media. *New Media & Society*, 22(11), 1872–1892. <https://doi.org/10.1177/1461444819882988>
- Nasrulloh, N., & Utami, K. (2022). Fenomena perempuan sebagai pemimpin di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: Antara patriarki dan feminism. *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, 19-34.
- Agama, D. (2019). al-Qur'an dan Terjemahannya. *Bandung: Cordoba*.
- Pandjaitan, R. H. (2024). The social media marketing mix trends in Indonesia for 2024: Communication perspective. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 9(1), 251-269.
- LUEG, Christopher. Social filtering and social reality. In: *Proceedings of the 5th DELOS Workshop on Filtering and Collaborative Filtering*. ERCIM Press, 1997. p. 77-81.

Syafi'uddin, Muhammad Fahmi. "Optimalisasi Ta'lim Al-Quran Dalam Meningkatkan Bacaan Dan Pemahaman Al-Quran; Studi Pada Mahad Al-Jamiah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang." *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam* 3.1 (2025): 149-157.

Suharyanti, Suharyanti. "Branding Intervention to Bridge the Gap between Generasi Berencana (Genre) Campaign and Generation Z in Jakarta During Covid-19 Pandemic Condition." (2021).

Shihab, M. Quraish. "Tafsir al-misbah." *Jakarta: lentera hati* 2 (2002): 52-54.

Al-Sulami, Zainab Amin, et al. "Towards a comprehensive understanding of blockchain technology adoption in various industries in developing and emerging economies: a systematic review." *Cogent Business & Management* 11.1 (2024): 2294875.

Yulianti, Yulianti, and Ako Caniyago. "Manipulasi wajah menggunakan filter pada sosial media dalam perspektif Islam." *At-Tajdid: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam* 7.1 (2022): 230-235.

Suardin Abd Rasyid, Surahman Cinu, Nanang Wijaya, Ahmad Sinala, Sudirman K. Uja, & Andi Riskan. (2024). *Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)*. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(4), 8887–8901

Wiana, Alifah Rose, Syifa Diah Puspita, and Afwan Syahril. "TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital." *Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2.1 (2025): 75-86.

Sugitanata, Arif, Faradila Hasan, and Siti Aminah. "Efek Cermin Digital: Fenomena di Media Sosial yang Mempengaruhi Konstruksi Diri Perempuan." *Fatayat Journal of Gender and Children Studies* 2.1 (2024): 9-23.

Abd Rasyid, Suardin, et al. "Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4.4 (2024): 8887-8901.

Andriani, Nuryah Vika, Ida Kurnia Shofa, and Mohamad Mualim. "TREND BEAUTY MENURUT AL-QUR'AN: Analisis QS. Al-Nisa'Ayat 119 Dan QS. Al-Rum Ayat 30 Perspektif Quraish Shihab." *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin* 23.1 (2024): 160-191.

Nabila, Zurrotin, and Lailatul Muarofah Hanim. "The Power of Beauty filters: How Does It Impacts Body Image?." *Procedia of Social Sciences and Humanities* 6 (2024): 488-491.

Basrowi dan Sadikin, Metode Penelitian Perspektif Mikro: *Grounded theory, Fenomenologi, Etnometodologi, Etnografi, Dramaturgi, Interaksi Simbolik, Hermeneutik, Konstruksi Sosial, Analisis Wacana, dan Metodologi Refleksi* (Surabaya: Insan Cendekia, 2002), 194.

Shihab, M. Quraish. (2002). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* (Jilid 2). Jakarta: Lentera Hati, hlm. 52–54.

Nasrulloh, Nasrulloh, and Nurul Istiqomah. "Efektifitas pemanfaatan teknologi informasi untuk penelitian bidang ilmu al-Qur'an dan Tafsir." (2021).

- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002
- M. Quraish Shihab, *Kaidah Tafsir: Syarat, Ketentuan, dan Aturan yang Patut Anda Ketahui dalam Memahami Ayat-Ayat Al-Qur'an* (Tangerang: Lentera Hati, 2013), hlm. 55.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- Abdullah Hanif, "Tradisi Peringatan Haul Dalam Pendekatan Sosiologi Pengetahuan Peter L. Berger," *Jurnal Studi Islam Dan Sosial* XIII, no. 1 (2015).
- Ahmad Nur Mizan, "Peter L. Berger Dan Gagasan Mengenai Konstruksi Sosial Dan Agama," *Jurnal Citra Ilmu* XII, no. 24 (2016).
- Sayyid Qutb, *iī Zilal al-Qur'an*, jilid 3 (Kairo: Dar al-Shuruq, 1980), hlm. 221–223.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Cet. II (Jakarta: Lentera Hati, 2002), jilid 2, hlm. 456–458
- Andriani, N. V., Shofa, I. K., & Mualim, M. (2024). TREND BEAUTY MENURUT AL-QUR'AN: Analisis QS. Al-Nisa'Ayat 119 Dan QS. Al-Rum Ayat 30 Perspektif Quraish Shihab. *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 23(1), 160-191.
- Abu 'Abdillah al-Qurtubi, *Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an*, (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2006), jilid 5, hlm. 392
- Sugitanata, Arif, Faradila Hasan, and Siti Aminah. "Efek Cermin Digital: Fenomena di Media Sosial yang Mempengaruhi Konstruksi Diri

Perempuan." *Fatayat Journal of Gender and Children Studies* 2.1 (2024): 9-23.

Febriansyah, Febriansyah, and Nani Nurani Muksin. "Fenomena media sosial: antara hoax, destruksi demokrasi, dan ancaman disintegrasi bangsa." *Sebatik* 24.2 (2020): 193-200.

Kusherawati, N. (2023). *Fenomena Sembahyang Kubur Masyarakat Tionghoa di Kelurahan Pangmilang Kota Singkawang Kalimantan Barat: Suatu Perspektif Konstruksi Sosial* (Doctoral dissertation, Universitas Tanjungpura).

Ashaf, A. F. (2022). Konstruksi sosial dalam jalinan hubungan friends with benefits (fwb)(studi pada remaja di Kota Bandarlampung). *Intercode*, 2(1).

Pandie, Daud Alfons, Liem Kok Han, and Jeni Isak Lele. "Konstruksi Sosial Masyarakat Desa Oelaba yang Beragama Kristen Terhadap Realitas Sosial Etnis Bajo (Manusia Perahu) yang Beragama Islam Dalam Perspektif Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger." *Matheteuo: Religious Studies* 1.2 (2021): 89-98.

HADIWIJAYA, Achmad Suhendra. Sintesa teori konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial media massa. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 2023, 11.1: 75-89.

PANDIE, Daud Alfons; HAN, Liem Kok; LELE, Jeni Isak. Konstruksi Sosial Masyarakat Desa Oelaba yang Beragama Kristen Terhadap Realitas Sosial Etnis Bajo (Manusia Perahu) yang Beragama Islam Dalam Perspektif Teori

Konstruksi Sosial Peter L Berger. *Matheueo: Religious Studies*, 2021, 1.2: 89-98.

AZIZAH, Amirah Al May. Integrasi nilai-nilai keislaman dalam pembelajaran IPS pada kurikulum 2013. *Elementeris: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar Islam*, 2021, 3.1: 23-35.

Munif, Muhammad, Fathor Rozi, and Siti Yusrohlana. "Strategi guru dalam membentuk karakter siswa melalui nilai-nilai kejujuran." *Fondatia* 5.2 (2021): 163-179.

Nurasih, Wiji, Mhd Rasidin, and Doli Witro. "Islam dan etika bermedia sosial bagi generasi milenial: Telaah surat al-'Asr." *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* 16.1 (2020): 149-178.

Nurasih, W., Rasidin, M., & Witro, D. (2020). Islam dan etika bermedia sosial bagi generasi milenial: Telaah surat al-'Asr. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 16(1), 149-178.

Cataldo, I., Burkauskas, J., Dores, A. R., Carvalho, I. P., Simonato, P., De Luca, I. & Corazza, O. (2022). An international cross-sectional investigation on social media, fitspiration content exposure, and related risks during the COVID-19 self-isolation period. *Journal of Psychiatric Research*, 148, 34-44.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Pribadi

Nama : Nur Fitri Sarumpaet
Tempat/Tanggal Lahir : Sibio-Bio, 19 Februari 2004
Alamat : Sibio-Bio Kec,Dolok Kab Padang Lawas Utara Provinsi Sumatera Utara
No. Hp : 082256009565
Nama Ayah : Sawal Sarumpaet
Nama Ibu : Mardiana Ritonga
Alamat Email : nur524402@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

2010 – 2015 : SD Negeri 100240 Sibio-Bio
2015 – 2018 : MTS Darussalam Parmeraan

2018 – 2021 : MA Darussalam Parmeraan

Pendidikan Non-Formal

2022 – 2023 : Ma'had Al-Jami'ah UIN Malang

2023 – Sekarang : Ponpes Imam Ad-Damanhuri



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

FAKULTAS SYARIAH

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 157/BAN-PT/Ak-XV/IS/VII/2013 (Al Ahwal Al Syakhshiyah)
Terakreditasi "B" SK BAN-PT Nomor : 021/BAN-PT/Ak-XIV/IS/I/III/2011 (Hukum Bisnis Syariah)
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399, Faksimile (0341) 559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id/>

BUKTI KONSULTASI

Nama : Nur Fitri Sarumpact
NIM/Jurusan : 220204110029/ Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Nasrulloh M.Th,I
Judul Skripsi : Analisis Konstruksi Kecantikan Digital Dalam QS An-Nisa [4]:119
Terhadap Fenomena Penggunaan Filter Wajah Di media Sosial

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	24 Juli 2025	Proposal Skripsi	/
2.	31 Juli 2025	Perbaikan Judul, BAB I	/
3.	23 Agustus 2025	Konsultasi BAB II, III	/
4.	24 Agustus 2025	Revisi BAB III	/
5.	30 September 2020	ACC BAB I II III	/
6.	6 September 2020	Konsultasi BAB IV	/
7.	9 Oktober 2020	Revisi BAB III, BAB IV	/
8.	10 Oktober 2020	ACC BAB III, BAB IV	/
9.	18 Oktober 2020	ACC BAB V	/
10.	2 November 2020	ACC BAB I-V	/

Malang, 26 Oktober 2020

Mengetahui
a.n Dekan
Ketua Jurusan Ilmu Al-Qur'an Tafsir

Ali Hamdan, MA Ph.D.
NIP 19760101201101004

© BAK Fakultas Syariah
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang