

REPRESENTASI KECANTIKAN VISUAL DIGITAL MELALUI FILTER SNOW AI DI INSTAGRAM

Robi'ah Machtumah Malayati¹, Anwari², Moh. Slamet³, Ainun Fitri Mughiroh⁴, Siti Khabibah⁵

Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang, Universitas Negeri Surabaya

Kata kunci:

filter wajah, Snow AI, kecantikan digital, desain visual, Instagram

Keywords:

face filter, Snow AI, digital beauty, visual design, Instagram



Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana representasi kecantikan dikonstruksi dan disebarluaskan melalui penggunaan filter wajah digital Snow AI di Instagram. Dengan memanfaatkan metode netnografi, studi ini menganalisis visual hasil filter serta interaksi sosial dalam 643 komentar dari 30 unggahan pengguna Instagram yang menggunakan filter tersebut. Fokus kajian adalah bagaimana visualisasi kecantikan digital dibentuk oleh kecantikan populer Korea melalui filter Snow AI serta bagaimana respons pengguna merefleksikan penerimaan terhadap standar kecantikan tersebut. Analisis menggunakan pendekatan semiotika visual Roland Barthes, teori hiperrealitas Jean Baudrillard, konsep estetika visual digital dari Lev Manovich, serta teori *self-branding* dari Alice E. Marwick. Hasil menunjukkan bahwa filter Snow AI membentuk konstruksi tubuh ideal yang seragam—dengan kulit putih mulus, wajah tirus (V-line), mata besar berlipat ganda, hidung ramping, dan efek visual lembut—yang merepresentasikan kecantikan populer Korea. Visual ini bukanlah netral, melainkan sarat makna ideologis yang mencerminkan standar dominan dan global tentang kecantikan. Fenomena ini menciptakan kondisi hiperrealitas, di mana wajah hasil filter dianggap lebih ideal daripada wajah asli pengguna, hingga membentuk identitas digital yang terpisah dari identitas nyata. Validasi sosial melalui komentar memperkuat penerimaan wajah digital ini sebagai wajah ideal. Pengguna secara sadar maupun tidak, turut serta dalam praktik *self-branding*, menjadikan wajah hasil filter sebagai strategi representasi diri di media sosial. Penelitian ini bermanfaat dalam kajian media digital dan studi budaya dengan menunjukkan bagaimana teknologi visual—melalui filter wajah—berperan dalam membentuk konstruksi kecantikan, dinamika identitas, dan praktik representasi tubuh di ruang virtual.

Abstract

This study examines how beauty representation is constructed and disseminated through the use of the Snow AI digital face filter on Instagram. Employing a netnographic method, the research analyzes the filtered visuals and social interactions within 643 comments from 30 Instagram posts that used the filter. The study focuses on how digital beauty is visualized through popular Korean beauty ideals embedded in the Snow AI filter and how user responses reflect the acceptance of such standards. The analysis is grounded in Roland Barthes' visual semiotics, Jean Baudrillard's concept of hyperreality, Lev Manovich's theory of digital visual aesthetics, and Alice E. Marwick's theory of self-branding. The results reveal that the Snow AI



©2025 Penulis. Dipublikasikan oleh UPT.Pusat Penerbitan LP2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC-BY-NC-SA

DOI:

<https://doi.org/10.59997/amarasi.v6i2.5644>

filter actively constructs a uniform and idealized digital body—with fair and flawless skin, a V-line face shape, large double-lidded eyes, a slim nose, and a soft visual glow—mirroring Korean popular aesthetics. These visuals are not neutral but ideologically charged, reflecting dominant and globalized beauty standards. This phenomenon produces a hyperreal condition, where the filtered face is perceived as more ideal than the user's real face, creating a digital identity separate from the authentic self. Social validation through comments reinforces the acceptance of this digital face as the ideal. Consciously or unconsciously, users participate in self-branding practices, using their filtered face as a strategy for self-representation. This research contributes to digital media and cultural studies by revealing how visual technologies shape beauty construction, identity dynamics, and body representation in virtual spaces.

PENDAHULUAN

Di era media digital saat ini, representasi visual menjadi elemen utama dalam membentuk persepsi, identitas, dan ekspresi diri individu. Platform media sosial seperti Instagram telah menjadi medan di mana kecantikan dan keindahan tubuh, wajah, dan gaya hidup dikonstruksi, ditampilkan, dan dikonsumsi secara luas. Salah satu bentuk konstruksi visual yang banyak digunakan adalah penggunaan filter wajah berbasis *Artificial Intelligence* (AI) yang memungkinkan pengguna manipulasi visualisasi wajah secara instan, yang bisa menciptakan citra wajah yang sesuai dengan preferensi kecantikan tertentu.

Salah satu filter yang populer adalah filter wajah dari aplikasi Snow, yang mengadopsi standar kecantikan Korea Selatan atau yang dikenal dengan sebutan Korean Look (Mardiana, 2023; Patricia & Dewi, 2025). Filter ini tidak hanya mencerahkan kulit dan mengecilkan wajah, tetapi juga menambah fitur khas seperti mata besar, hidung mungil, dan bentuk wajah V-shape yang menjadi standar kecantikan dalam budaya populer Korea (Putri, 2024). Alis cenderung natural namun terdefinisi, serta pipi tirus dengan tulang pipi halus menambah kesan feminin (Lancia et al., 2023). Selain itu, gaya rambut artis Korea yang halus, rapi, dan bervariasi—dengan pilihan warna lembut serta potongan modern seperti bob, *pixie*, dan poni—juga memperkuat citra wajah ideal yang segar dan imut (Jessia & Pribadi, 2023). Karakteristik-karakteristik ini kemudian menjadi rujukan dalam standar kecantikan yang tersebar melalui media digital.

Di Indonesia, filter Snow banyak digunakan oleh pengguna media sosial, terutama remaja dan perempuan muda yang ingin tampil lebih menarik dan banyak diikuti juga oleh *public figure* hingga artis (Nikmatur, 2023; Novita, 2023) dalam unggahan mereka di Instagram. Fenomena ini menunjukkan bahwa standar kecantikan kini tidak lagi bersifat lokal, melainkan bersifat global, transnasional, dan sangat dipengaruhi oleh budaya populer.

Konsep kecantikan yang dibawa oleh filter Korea tersebut menjadi bentuk nyata dari budaya visual digital—yakni bagaimana nilai-nilai budaya ditransformasikan ke dalam bentuk visual yang bisa dikonsumsi secara cepat, luas, dan berulang-ulang. Dalam konteks ini, teknologi bukanlah entitas netral. Seperti yang dikemukakan oleh Lev Manovich (2001) dalam *The Language of New Media*, media baru seperti aplikasi pengedit wajah dan filter digital telah mengubah kecantikan visual dan cara kita memahami tubuh dan wajah. Desain digital dalam filter Snow menyisipkan ideologi dan norma visual tertentu, dimana menciptakan versi tubuh ideal yang seragam dan distandarkan.

Konstruksi kecantikan melalui filter Snow Korea ini juga dibaca sebagai bagian dari fenomena globalisasi budaya populer Korea atau *Hallyu* (Korompis & Koleangan, 2023; Valenciana & Pudjibudojo, 2022). Gelombang budaya Korea yang menyebar lewat musik (K-Pop), drama

(K-Drama), kosmetik, dan tren fashion juga melalui ranah digital dengan cara yang lebih subtil namun efektif, yakni melalui desain filter wajah. Dalam artikel *The rise of digital platforms as a soft power apparatus in the New Korean Wave era*, Dal Yong Jin (2024) menyebut bahwa *Hallyu* bukan hanya bentuk hiburan, tetapi sebetulnya *soft power*, yakni senjata budaya untuk memikat, menarik, dan memengaruhi audiens internasional tanpa paksaan. Melalui budaya populer seperti drama dan K-pop, Korea mengeksport identitas budaya dan nilai mereka ke seluruh dunia (Jin, 2024). Filter wajah menjadi medium baru untuk mendistribusikan dan mereproduksi kecantikan Korea dalam kehidupan sehari-hari pengguna media sosial.

Fenomena ini juga merepresentasikan konsep hiperrealitas sebagaimana dikemukakan oleh Jean Baudrillard (1994, dalam Maheswari et al., 2023; Oktavianingtyas et al., 2021), di mana representasi digital tidak lagi mencerminkan kenyataan, melainkan menciptakan kenyataan baru yang lebih “nyata dari yang nyata” (*more real than real*). Dalam hal ini, wajah yang dimodifikasi oleh filter bukan lagi cerminan wajah asli, tetapi representasi visual yang hiperreal—wajah yang sudah dikurasi, dimanipulasi, dan direkayasa agar sesuai dengan ideal tertentu (Fitrianti, 2021; Nurhalizah et al., 2022). Visualisasi tubuh yang disesuaikan dengan filter menciptakan bentuk tubuh digital baru yang tidak hanya cantik menurut filter, tetapi juga menjadi acuan baru kecantikan dalam budaya visual daring.

Lebih jauh, penggunaan filter wajah di media sosial juga erat kaitannya dengan praktik *self-branding* (Yulisda Lubis et al., 2025). Seperti dijelaskan oleh Alice E. Marwick (2013) dalam *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*, individu kini mengelola citra diri mereka secara visual layaknya merek, dengan menampilkan identitas visual tertentu yang dianggap menarik, menjual, dan layak ditampilkan (Helsper, 2014). Filter wajah Snow memfasilitasi praktik ini dengan menyuguhkan versi diri yang “lebih baik”—lebih putih, lebih muda, lebih ideal. Dalam budaya visual Instagram, wajah bukan sekadar cerminan diri, tetapi menjadi alat komunikasi, simbol status, dan alat validasi sosial (Anita et al., 2023; Situmorang & Hayati, 2023).

Tren ini juga dapat dilihat sebagai bagian dari fenomena konvergensi media dan teknologi visual. Teknologi AI tidak berdiri sendiri, tetapi digabungkan dengan estetika desain grafis, animasi wajah, dan fitur interaktif yang bisa menciptakan pengalaman visual yang sangat personal dan *engaging*. Filter wajah dari aplikasi Snow adalah produk dari desain digital interaktif, hasil kerja kolaboratif antara programmer, desainer visual, animator wajah, dan ahli estetika Korea (Corporation, 2024; Nancy, 2023). Dengan demikian, filter ini dapat dianalisis sebagai bentuk karya desain visual digital yang mengandung narasi, simbol, dan estetika yang khas.

Dalam kajian desain komunikasi visual, filter wajah bukan sekadar teknologi, tetapi juga media representasi visual yang menyampaikan pesan dan nilai-nilai tertentu. Ia mengandung kode visual, simbol budaya, dan estetika yang bisa dibaca melalui pendekatan semiotik. Roland Barthes dalam *Image, Music, Text* menjelaskan bahwa gambar atau visual tidak pernah netral; selalu ada makna tersirat yang dikonstruksi secara sosial dan budaya (Barthes, 1977; Soetarjo, 2018). Maka dari itu, penting untuk membongkar bagaimana filter wajah Snow membentuk makna kecantikan melalui visualisasi wajah dan tubuh.

Kajian-kajian sebelumnya tentang filter wajah digital cenderung berfokus pada aspek psikologis (seperti efek terhadap kepercayaan diri dan body image) (Tambunan et al., 2024), atau pada kajian teknologi AI dan *machine learning*. Misalnya, studi Tambunan et al (2024) menyoroti bagaimana filter menciptakan realitas virtual yang menjadi pengganti dan perpanjangan dari tubuh fisik. Sehingga, garis pemisah antara tubuh asli dan citra digital

menjadi kabur secara budaya dan perseptual. Namun belum banyak yang membahas dari sudut desain visual dan budaya visual populer sebagai produk komunikasi visual yang memuat ideologi budaya tertentu.

Lebih spesifik lagi, meskipun ada studi tentang dominasi estetika Korea di industri kecantikan dan hiburan, masih minim riset yang membongkar bagaimana estetika Korea dikonstruksi secara digital dalam desain filter wajah dan direproduksi secara masif melalui Instagram. Sehingga ini menjadi *gap* penelitian yang penting untuk diisi, terutama dengan pendekatan visual, semiotik, dan desain media digital.

Penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan menggunakan pendekatan netnografi visual, untuk mengamati penggunaan dan persepsi terhadap filter Snow Korea oleh pengguna Instagram di Indonesia. Netnografi visual menggabungkan metode etnografi daring dengan analisis visual terhadap konten, simbol, dan elemen desain dalam postingan media sosial. Netnografi menggabungkan komunikasi online, yaitu komunikasi tekstual, atau beberapa komunikasi multimedia seperti video, audio, gambar (Suliatna, 2021), sehingga bisa dilakukan pembacaan makna di balik visual secara kontekstual dan kultural (Eriyanto, 2021; Priowidodo, 2022).

Dengan memfokuskan perhatian pada elemen desain visual filter Snow, penelitian ini akan menggambarkan bagaimana wajah direkayasa melalui fitur digital, seperti bentuk mata, warna kulit, bentuk rahang, pencahayaan, hingga animasi ekspresi wajah. Desain ini secara tidak langsung menciptakan narasi visual tentang kecantikan yang ideal, dan dalam konteks ini, sangat dipengaruhi oleh budaya visual Korea.

Kajian ini menjadi penting secara teoretis dan praktis. Secara teoretis, studi ini memperluas ruang lingkup kajian desain komunikasi visual ke dalam ranah desain digital berbasis AI dan memperkaya diskusi tentang budaya visual global dan identitas digital. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi desainer, pembuat aplikasi, dan pengguna media sosial tentang dampak desain visual terhadap pembentukan norma sosial dan citra tubuh digital.

Dengan melihat filter wajah sebagai karya desain visual yang mengandung muatan budaya dan ideologi estetika, penelitian ini mengajak untuk tidak hanya menikmati hasil visualnya, tetapi juga membaca dan mengkritisi narasi visual yang disisipkan di dalamnya. Wajah digital yang indah tidak pernah netral; ia adalah produk dari perancangan, seleksi, dan representasi budaya yang sangat kompleks.

Melalui studi ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang peran desain digital dalam konstruksi tubuh dan kecantikan di era media sosial, serta membuka ruang diskusi yang lebih luas tentang tanggung jawab sosial dalam produksi dan konsumsi visual digital.

METODE

Berpijak pada pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan studi kasus dan analisis dokumentasi, penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan menggunakan instrumen observasi, wawancara, dan studi literatur yang terkait film “Setan Jawa”. Observasi dilakukan ke dua area utama lokasi pengambilan gambar, yaitu Candi Sukuh dan Omah Jayeng Yogyakarta; untuk mengamati tanda-tanda visual yang dijadikan rujukan representatif dalam film. Wawancara dilakukan pada Nara Sumber dan Informan yang berelasi dengan objek penelitian. Dr. (HC.) Garin Nugroho, S.H., sutradara film “Setan Jawa”,

diposisikan sebagai Narasumber utama, untuk menggali lebih dalam mengenai tujuan dari dibuatnya karya sinematik-orkestra “Setan Jawa”; wawancara dilakukan melalui jejaring pesan pribadi digital.

Sebagai salah satu upaya triangulasi sumber data, penelitian ini pun melakukan wawancara terhadap 4 (empat) orang Informan yang berelasi baik secara langsung mau pun tidak langsung dengan produksi karya, yaitu Dr. Handriyotopo, M.Sn. (Akademisi bidang Seni Rupa dan Desain pada area Metafora Visual), Joko Suyono (Filosofi *Guide Tour* di Candi Sukuh), J. Galih Wicaksono (Kru Garin Workshop yang terlibat dalam produksi film “Setan Jawa”), dan Eddy D. Iskandar (Sastrawan dan Budayawan yang adalah juga pengamat film dari Forum Film Bandung). Keempat informan tersebut di atas berkontribusi dalam pemenuhan data terkait signifikansi film “Setan Jawa” dengan pendekatan sinematik-orkestra dapat berperan merepresentasikan ideologi bangsa, termasuk di dalamnya, potensi multiliterasi yang hadir dari kolaborasi multidisiplin, dapat mengkomunikasikan kebudayaan Indonesia di area global. Data sekunder yang juga digunakan meliputi literatur tentang sinematik-orkestra, sejarah dan perkembangannya; serta multiliterasi dan multimodalitas visual. Data referensi dan visual juga termasuk dari berbagai penelitian yang terkait dengan subjek penelitian, dan data visual berasal dari dokumentasi “Setan Jawa”.

Penelitian kualitatif biasanya menekankan analisis proses dan dinamika hubungan antar fenomena. Fokus penelitian adalah film Garin Nugroho “Setan Jawa”, yang melalui kolaborasi ragam visualnya menghasilkan bentuk film yang berbeda dengan standar film biasa. Film “Setan Jawa” dapat dianggap sebagai “film seni” karena pendekatan simbolik yang digunakannya. Menurut wawancara dengan Garin Nugroho (2019), kolaborasi dianggap sebagai strategi kebudayaan yang dapat membuat karya berbasis tradisi diterima dan dipahami di dunia globalisasi yang muncul sebagai akibat dari perubahan kebudayaan. Data utama penelitian berasal dari dokumentasi DVD film “Setan Jawa”, yang memiliki hubungan dengan objek penelitian dan fokus penelitian.

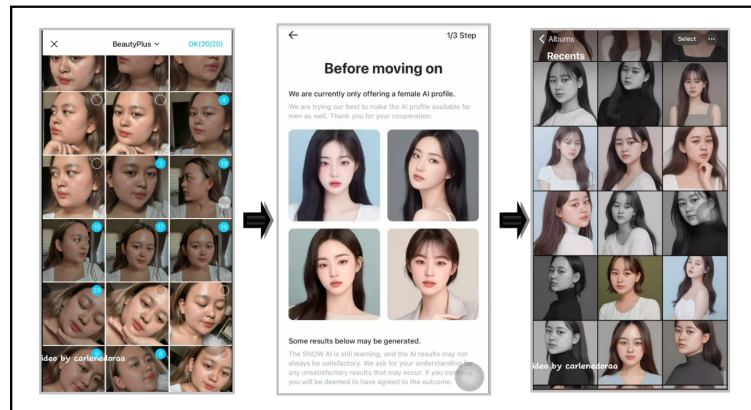
Film “Setan Jawa” hadir sebagai bentuk karya yang merespon pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi di era transformasi digital. Dalam era transformasi digital, masyarakat harus siap untuk memanfaatkan literasi digital sebagai salah satu sumber daya kompetensi untuk menghadapi dunia global (Dewi & Dwinaya, 2023: 59). Digitalisasi adalah proses yang sangat rumit. Untuk menghasilkan karya yang dapat dikomunikasikan secara global, tetapi dengan tatanan bentuk yang tetap lokal, proses kreatif kreator harus memastikan bahwa mereka memiliki ciri khas dan konsistensi. Pada dasar pemikiran ini, sebagai kreator dalam penelitian ini, sutradara diposisikan untuk memiliki narasi (*voice*), subyektivitasnya sebagai dirinya sendiri (*self*), dan keterhubungan dengan konteks (dalam konteks ini, makna kejawaan kultural); dalam ekosistem yang lebih besar lagi, yaitu bangsa dan negara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Visualisasi Kecantikan dalam Filter Snow AI

Penggunaan filter Snow AI wajah Korea menampilkan citra wajah yang telah dimodifikasi secara digital untuk menyerupai standar kecantikan tertentu, khususnya yang merujuk pada kecantikan Korea Selatan. Filter ini secara konsisten menghasilkan visualisasi wajah dengan

kulit lebih cerah, bentuk wajah V-shape, mata yang lebih besar, hidung lebih kecil, serta kesan lembut dan feminin yang kuat.



Gambar 1. Proses generate wajah AI di Snow AI dari unggahan selfie, sistem memproses hingga hasil akhir bergaya (sumber: TikTok)

Tampilan visual tersebut bukanlah representasi netral, melainkan konstruksi tubuh digital yang mencerminkan nilai dan standar kecantikan spesifik yang dibentuk oleh budaya populer Korea.

Dalam konteks semiotika visual Roland Barthes, wajah hasil filter ini dapat dianalisis melalui dua lapisan makna: denotasi, yaitu bentuk visual yang tampak secara literal, dan konotasi, yaitu makna simbolik dan ideologis yang melekat di balik visual tersebut. Desain filter menciptakan tubuh digital yang ideal, seragam, dan mudah diterima dalam budaya visual global, sekaligus mengaburkan keberagaman wajah alami yang dimiliki pengguna.



Gambar 2. Visual unggahan menggunakan filter wajah Korea Snow AI di Instagram

Pada level denotatif, filter Snow AI menampilkan wajah dengan ciri-ciri yang cenderung seragam, yaitu kulit lebih putih dan halus, dengan pori-pori yang tampak tertutup sempurna. Dalam konstruksi kecantikan populer, pori-pori wajah yang terbuka kerap dianggap sebagai kekurangan dan menjadi target utama dalam promosi berbagai produk kecantikan. Hal ini menunjukkan bahwa standar kecantikan populer mendefinisikan kulit ideal sebagai kulit yang cerah, putih, halus, dan tanpa cela—termasuk tanpa tampilan pori-pori.

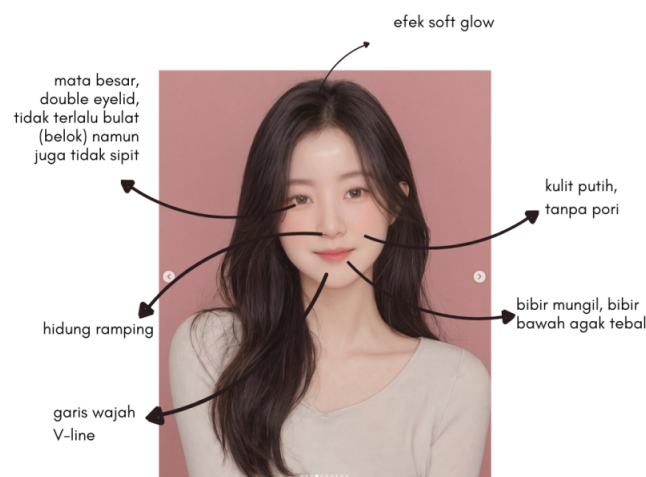
Warna kulit putih menjadi dominan dalam visualisasi filter ini, seolah menjadi standar mutlak dalam representasi kecantikan populer. Kecenderungan ini memperlihatkan

bagaimana filter bekerja menyamakan persepsi visual tentang kulit yang cantik adalah kulit yang putih dan bersih secara universal.

Visualisasi mata dalam filter Snow AI dibuat lebih besar, sering kali dengan efek kelopak ganda (*double eyelid*). Mata yang lebih besar ini dicapai dengan melebarkan tampilan mata hingga hanya sebagian kecil pupil tampak tertutup kelopak, sehingga menciptakan kesan mata yang tidak terlalu bulat (belok) namun juga tidak sipit. Dalam konteks kecantikan Korea, bentuk mata seperti ini menjadi harapan ideal yang justru tidak umum secara alami, namun diidealkan sebagai simbol kecantikan. Lipatan kelopak mata, yang secara alami jarang dimiliki oleh banyak orang Korea, juga ditampilkan melalui filter sebagai bagian dari standardisasi kecantikan yang diidamkan.

Bagian hidung divisualisasikan menjadi lebih ramping—tidak terlalu besar dan tidak menonjol seperti bentuk hidung khas Eropa. Sementara dagu dibuat meruncing membentuk garis wajah V-line, sebuah bentuk wajah yang dianggap ideal dalam kecantikan Korea karena memberikan kesan ramping dan simetris.

Adapun bentuk bibir ditampilkan dengan proporsi yang seimbang, berwarna merah jambu alami yang memberi kesan segar. Bibir bawah sedikit lebih tebal daripada bibir atas, namun tetap terlihat proporsional. Ukurannya juga disesuaikan agar tidak tampak terlalu lebar maupun terlalu sempit. Pada bibir bagian bawah ditambahkan tekstur garis-garis halus seperti serat alami bibir, yang memberikan kesan segar dan menambah ilusi *natural beauty* atau kecantikan natural.



Gambar 3. Karakteristik Filter Kecantikan Populer ala Korea

Selain elemen-elemen wajah tersebut, filter Snow AI sering kali menyisipkan efek tambahan seperti pencahayaan lembut (*soft glow*), blush pipi samar, serta rambut bergelombang berwarna pastel yang menyerupai gaya artis K-pop atau aktris drama Korea. Efek keseluruhan ini membentuk kesan wajah yang lebih muda, lembut, dan polos—karakteristik yang kerap diidealkan dalam budaya visual Korea Selatan.

Pada level konotatif, wajah hasil filter Snow AI tidak sekadar merepresentasikan wajah yang cantik, tetapi juga menyiratkan nilai-nilai budaya dan ideologi visual tertentu yang bersifat global, terstandarisasi, dan dominan. Kulit putih dan halus tanpa pori-pori, misalnya, bukan hanya penanda fisik, tetapi merupakan simbol dari kesempurnaan, kebersihan, dan status sosial tinggi dalam budaya visual populer Asia Timur. Warna kulit yang sangat cerah juga merefleksikan warisan kolonial dalam preferensi warna kulit, serta dominasi nilai-nilai kecantikan yang mengasosiasikan putih dengan keindahan dan keunggulan (Li et al., 2008).

Visualisasi tersebut tidak hanya membentuk penampilan, tetapi juga menyisipkan makna-makna budaya seperti kepolosan, keluguan, dan kesempurnaan feminin yang lembut—karakteristik yang sangat dijunjung dalam kecantikan *Hallyu*. Dalam hal ini, tubuh digital bukanlah refleksi dari tubuh nyata, tetapi menjadi bentuk tubuh ideal hasil rekayasa desain visual, yang mengarah pada bentuk standardisasi kecantikan yang bersifat global.

Mata besar dengan lipatan ganda menggambarkan keinginan untuk memenuhi standar kecantikan yang secara biologis tidak selalu tersedia secara alami. Visual ini tidak hanya menciptakan wajah yang imut dan polos—sebuah kecantikan yang disebut sebagai *aegyo* dalam budaya Korea—tetapi juga menyiratkan nilai kepolosan, kepatuhan, dan kerentanan yang diasosiasikan dengan ideal feminin dalam budaya patriarkal.

Hidung yang kecil dan ramping serta bentuk wajah V-line membentuk citra wajah yang simetris, tirus, dan lembut. Simetri wajah sering kali diasosiasikan dengan daya tarik universal, namun dalam konteks ini, juga menegaskan bahwa kecantikan adalah sesuatu yang bisa dihasilkan, disunting, dan dikoreksi melalui teknologi digital. Tubuh dan wajah, dalam hal ini, bukan lagi representasi biologis, tetapi proyek desain yang bisa dimodifikasi demi memenuhi norma visual tertentu.

Bibir dengan ukuran dan bentuk yang proporsional, ditambah detail seperti serat alami dan kelembutan warna, memperkuat kesan bahwa kecantikan tidak hanya soal fitur yang menonjol, tetapi juga soal kehalusan, kemurnian, dan keteraturan visual. Detail seperti ini memberi ilusi natural, meskipun merupakan hasil dari proses digital yang sepenuhnya artifisial.

Elemen tambahan seperti rambut pastel bergelombang, efek pencahayaan lembut, dan *blush* pipi samar menjadi bagian dari keseluruhan narasi visual yang menyampaikan pesan: inilah wajah ideal yang diinginkan, yang bisa dicapai melalui teknologi. Visual ini tidak lagi sekadar kecantikan personal, melainkan bentuk representasi sosial yang menyampaikan nilai-nilai tertentu—yaitu kelembutan feminin, kepolosan, dan kerapian visual sebagai simbol ideal kecantikan perempuan muda.

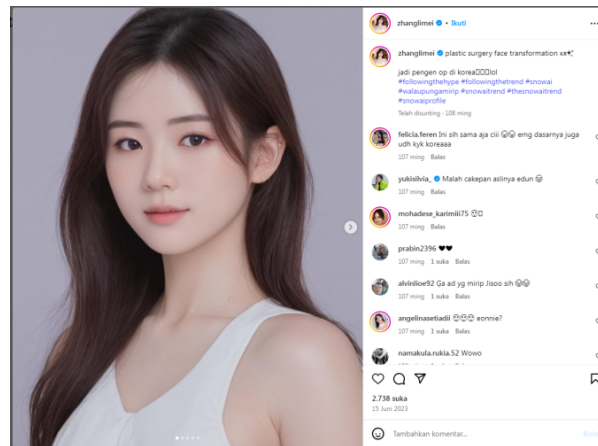
Filter ini bekerja sebagai alat yang secara halus namun kuat menanamkan nilai kecantikan dominan, dengan menghapus keragaman karakter wajah alami pengguna. Hal ini sejalan dengan kritik Roland Barthes terhadap visual yang tampaknya alami namun sebenarnya penuh dengan kode budaya yang tak terlihat. Apa yang tampak sebagai wajah cantik justru adalah hasil konstruksi sosial yang diproduksi dan direproduksi melalui media digital, dalam hal ini melalui desain fitur aplikasi.

Barthes menyebut bahwa tanda visual bekerja secara ideologis, dimana tampak alami, padahal dibentuk oleh struktur budaya dan kekuasaan (Barthes, 1977). Dalam hal ini, filter wajah menjadi alat ideologis yang secara halus menanamkan dan mereproduksi norma-norma kecantikan tertentu. Ia memproduksi wajah-wajah yang seragam, menghapus keunikan, dan mengarahkan persepsi publik tentang seperti apa rupa perempuan yang ideal di era digital.

B. Respons dan Validasi Sosial di Kolom Komentar

Kolom komentar dalam media sosial tidak hanya mengekspresikan respons emosional, tetapi juga memberikan validasi terhadap representasi visual yang ditampilkan. Berkaitan dengan penggunaan aplikasi Snow AI, komentar-komentar yang muncul di kolom komentar Instagram mencerminkan bagaimana kecantikan digital, khususnya yang dipengaruhi oleh

budaya populer Korea, diterima, didukung, bahkan dipertanyakan oleh komunitas daring. Validasi yang diberikan dalam bentuk pujian, perbandingan dengan selebriti Korea, hingga sapaan khas budaya *Hallyu*. Hal ini menunjukkan bahwa kolom komentar tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam membentuk dan memperkuat konstruksi identitas serta standar kecantikan yang diidealkan di era digital.



Gambar 4. Contoh komentar pengguna Instagram Menggunakan Filter Wajah Snow AI ala Korea

Dalam riset ini, sebanyak 643 komentar dari 30 akun Instagram yang mengunggah hasil modifikasi wajah dengan aplikasi Snow AI diamati sebagai *data site*. Salah satu akun yang dianalisis adalah zhanglimei, di mana komentar-komentar yang muncul mencerminkan beragam respons terhadap wajah yang telah diedit dengan filter wajah Korea tersebut. Beberapa contoh komentar yang muncul, seperti dari akun zhanglimei yang menuliskan caption “*plastic surgery face transformation* 🇰🇷✨ jadi pengen op di korea 🥺🙏 lol” dengan tambahan tagar seperti #followingthehype #followingthetrend #snowai #walaupungamirip #snowaitrend #thesnowaitrend #snowaiprofile. Caption tersebut menunjukkan keterkaitan antara penggunaan teknologi AI dengan dorongan untuk mengikuti tren kecantikan Korea.

Komentar dari felicia.feren berbunyi, “Ini sih sama aja ciii emg dasarnya juga udh kyk koreaaa”, yang menandakan bahwa wajah asli pengguna dinilai memang sudah sesuai dengan standar visual Korea yang diidealkan. Sementara itu, akun yukisilvia_ menulis, “Malah cakepan aslinya edun”, menunjukkan adanya preferensi terhadap penampilan asli pengguna sebelum menggunakan filter AI.

Respons positif secara visual juga ditemukan dalam komentar singkat dengan simbol-simbol seperti emoji hati dan ekspresi wajah kagum, seperti yang dilakukan oleh akun prabin2396 dengan emoticon “❤️❤️”. Sebaliknya, komentar dari alvinlio92 menyampaikan bentuk penilaian perbandingan dengan selebriti Korea: “Ga ad yg mirip Jisoo sih”, yang mengindikasikan bahwa meskipun filter visual tersebut mendekatkan wajah pengguna dengan visual Korea, tetap ada standar ketat dalam asosiasi dengan figur publik tertentu. Selain itu, sapaan khas budaya Korea juga muncul seperti “*eonnie?*” dari akun angelinasetiadii, dan komentar ekspresif dari namakula.rukia.52 berupa “Wowo”, yang menggambarkan kekaguman spontan.

Budaya pop Korea, atau *Hallyu*, memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi kecantikan di kalangan pengguna aplikasi Snow AI wajah, terutama di Instagram. Data menunjukkan bahwa banyak pengguna menggunakan referensi terkait selebriti Korea, K-drama, dan istilah-istilah khas Korea dalam interaksi mereka. Kategori seperti rujukan

selebritis Korea dan sapaan ala Korea mendominasi percakapan dalam komentar, di mana selebritis seperti BTS, IU, Kim Tae Ri, dan Suzy Miss A sering menjadi tolok ukur standar kecantikan. Komentar seperti “Sekilas mirip juga sm Kim Hye-Eun bu Yani” atau “Mirip artis Korea” menunjukkan adanya kecenderungan asosiasi visual yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Snow AI, di mana mereka mengaitkan hasil editan wajah mereka dengan penampilan selebriti Korea.



Gambar 5. Komentar Pengguna dengan Referensi Selebriti Korea, K-Drama, dan Istilah Budaya Pop Korea

Selain itu, sapaan dan panggilan khas Korea seperti *Oppa*, *Eonni*, dan ungkapan dari K-drama seperti “*Omo-Omo*” juga muncul sebagai cara pengguna untuk menyelaraskan diri dengan budaya Korea. Komentar seperti “Song He Kyo, *Eonii omaa*” atau “Cantik banget *Eonni* ❤️” menunjukkan adanya pengaruh budaya Korea dalam membentuk interaksi dan gaya komunikasi di platform digital. Referensi pada prosedur kecantikan yang berasal dari Korea, seperti operasi plastik (Oplas) juga mencerminkan bahwa Korea Selatan dipandang sebagai pusat kecantikan global. Komentasi berupa frase seperti “Ke Korea untuk oplas kecantikan” dan “Permak wajah di Korea” menegaskan adanya persepsi bahwa kecantikan ideal dapat dicapai melalui prosedur atau standar kecantikan yang populer di Korea.

Penggunaan aplikasi Snow AI juga sebagai alat kecantikan digital juga menunjukkan adanya tren yang signifikan. Banyak pengguna terlibat dalam eksplorasi teknologi ini untuk mengubah atau menyesuaikan penampilan mereka dengan standar kecantikan tertentu. Komentar-komentar seperti “*So apparently this is how I look if I somehow turns korean*” atau “Kaya Artis Korea” menunjukkan bagaimana aplikasi Snow AI memungkinkan pengguna untuk mencapai visual yang mendekati standar kecantikan yang dipengaruhi oleh budaya pop Korea. Pengguna tampak memanfaatkan teknologi ini untuk bermain dengan identitas visual mereka, mengasosiasikan diri mereka dengan citra selebriti Korea yang populer.

Dalam penggunaan aplikasi Snow AI dan interaksi di media sosial, pengguna secara aktif membentuk dan merepresentasikan identitas serta citra diri mereka. Hal ini tampak dari berbagai komentar yang menunjukkan upaya pengguna untuk menampilkan versi diri yang dianggap lebih ideal atau lebih tinggi dalam strata sosial. Misalnya, pada akun Instagram *kallista_yuda* muncul komentar seperti “11 12 sama aslinya, tidak mengejutkan” dan pada akun *baiq ditaerdiani*, “kalo gak perannya jadi cewek *highclass* yang cantik populer di sekolah”. Kedua komentar ini menggambarkan bagaimana pengguna membingkai diri dalam narasi identitas yang glamor dan sesuai dengan standar kecantikan yang populer, khususnya yang terinspirasi dari budaya pop Korea.

Tak hanya dari visual, identitas juga dibentuk dan diperkuat melalui validasi sosial. Penggunaan aplikasi Snow AI seringkali memperkuat representasi diri seseorang melalui pengakuan dari pengguna lain. Komentar seperti “*MasyaAllah cantiknya ky artis korea*” dari akun missi_azka dan “*Sy kira artis Korea, Bu*” menunjukkan bagaimana wajah yang telah dimodifikasi dengan filter AI mendapatkan pengakuan sebagai representasi kecantikan yang diidealkan. Validasi seperti ini memperkuat citra diri yang dibangun secara digital, terutama saat asosiasi dengan selebritas Korea menjadi indikator nilai kecantikan.

Interaksi sosial yang terjadi di kolom komentar juga membentuk konstruksi kecantikan melalui bentuk-bentuk apresiasi. Komentar seperti “*Pretty habis*” dan “*Beauty is pain #beauty #Snowai #fyp*” dari akun gisel_la menunjukkan bagaimana kecantikan dibentuk berdasarkan penerimaan sosial berupa komentar, likes, dan interaksi lainnya. Aplikasi seperti Snow AI menjadi alat untuk menciptakan citra ideal, yang kemudian dikukuhkan melalui komentar-komentar dari audiens media sosial. Di sisi lain, muncul pula komentar yang menunjukkan kesadaran atas keaslian identitas, seperti “*aku jg lbh suka diriku yg asli hahahahaha*” atau “*Say hi to this new person, it's obviously not me*” yang ditulis oleh pengguna pada akun kallista_yuda. Komentar ini menunjukkan adanya kesadaran kritis terhadap jarak antara wajah yang diedit dengan realitas diri pengguna.

Dalam kategori konstruksi kecantikan dan tubuh, dominasi komentar berupa pujian seperti “*Wow so pretty!*”, “*Masya Allah*”, dan “*Oma cantik banget*” pada akun vivient dan omahbona.pelaut menunjukkan bahwa wajah hasil modifikasi AI dihargai secara positif. Istilah seperti “*cantik*”, “*pretty*”, dan “*cakep*” banyak digunakan sebagai bentuk apresiasi terhadap visual yang dianggap menarik dan sesuai dengan standar kecantikan populer. Komentar “*I like the AI's small face tho!*” atau “*Are you encouraging me to do plastic surgery hahahaha*” memperlihatkan bahwa wajah hasil AI sering kali dijadikan tolok ukur untuk bentuk wajah yang diinginkan, bahkan mendorong pembicaraan tentang prosedur bedah plastik. Beberapa komentar juga menunjukkan adanya kesadaran atas perbedaan antara wajah asli dengan hasil editan, seperti “*But I prefer the way I normally look*”.

Pujian lain juga diberikan melalui simbol atau emoji, seperti hati atau ekspresi wajah tersenyum, serta komentar positif terhadap rambut, bentuk wajah yang tirus, dan penampilan keseluruhan. Pengaruh budaya pop Korea terlihat dari preferensi terhadap riasan wajah, bentuk V-shape, serta gaya rambut khas selebritas Korea.



Gambar 6. Komentar Pengguna yang Menunjukkan Kritik terhadap Hasil Filter Snow AI

Namun demikian, kritik terhadap standar kecantikan berbasis AI juga muncul. Dalam sub-pembahasan interaksi sosial dan kritik terhadap kecantikan AI, komentar akun alii.ptr atas

unggahan akun gisel_la seperti “Memang dasar manusia tidak pernah puas dan ga pernah bersyukur :(((“ dan juga akun bundiisss yang menulis “Kenapa sih org kurang bersyukur bgt. Udh dikasi cantik sm Tuhan. Masi aja ngarep dan berandai2 pengen jd muka org lain” dari akun @gisel-la menunjukkan adanya dukungan terhadap keaslian wajah pengguna. Komentar ini menolak standar kecantikan artifisial dan lebih mengapresiasi keunikan wajah asli.

Validasi sosial dalam bentuk dukungan terhadap autentisitas juga terlihat dalam komentar “Cantikan versi aslinya gempitong” dan “Kakak nya sudah cantik..just be yourself”, memperlihatkan bahwa dalam komunitas digital, kecantikan tidak hanya dipahami secara visual, tetapi juga melalui dimensi sosial dan psikologis yang lebih dalam.

Terakhir, data juga menunjukkan bahwa teknologi ini telah menciptakan ruang di mana wajah dan identitas dapat diulang, diubah, dan disesuaikan secara fleksibel. Dalam hal ini masuk dalam kategori tema replikasi, duplikasi, dan simulasi kecantikan AI. Ini memperlihatkan bagaimana kecantikan telah menjadi sesuatu yang dapat direkayasa dan direplikasi.

Dengan demikian, berdasarkan analisis terhadap 643 komentar di Instagram, dapat disimpulkan bahwa penggunaan filter Snow AI wajah tidak hanya merepresentasikan modifikasi visual semata, melainkan juga memunculkan interaksi sosial yang kompleks dalam membentuk, menegosiasikan, dan memvalidasi identitas serta standar kecantikan digital. Temuan menunjukkan bahwa kecantikan yang dihasilkan melalui filter AI banyak diasosiasikan dengan estetika Korean look, yang tidak hanya direspons melalui pujian dan sapaan khas budaya Korea, tetapi juga dijadikan tolok ukur dalam membingkai diri ideal. Namun demikian, muncul pula respons kritis yang menegaskan pentingnya autentisitas dan kesadaran diri terhadap konstruksi visual yang bersifat artifisial. Secara umum, kolom komentar menjadi ruang aktif yang memperlihatkan bagaimana budaya populer, teknologi digital, dan interaksi sosial saling bersinggungan dalam mengonstruksi ulang makna kecantikan di era media sosial.

C. Representasi Kecantikan Visual Digital Melalui Filter Wajah Snow AI di Instagram

Fenomena penggunaan filter wajah digital seperti Snow AI di Instagram tidak dapat dilepaskan dari konteks visualisasi tubuh yang dikonstruksi melalui desain media digital. Filter ini bekerja tidak hanya sebagai alat hiburan atau modifikasi kecantikan, tetapi juga sebagai media produksi makna visual yang membentuk persepsi kecantikan dan tubuh ideal dalam perkembangan budaya digital kontemporer. Dalam konteks kajian seni dan budaya visual, khususnya desain komunikasi visual dan digital multimedia, filter wajah seperti Snow AI adalah artefak budaya visual yang menggabungkan estetika, teknologi, dan ideologi dalam satu kemasan visual yang dapat diproduksi dan direproduksi massal.

Snow AI menghadirkan versi tubuh digital yang telah direkayasa: wajah lebih cerah, mata membesar, hidung ramping, bibir lembut, serta kontur wajah V-line yang simetris. Lev Manovich dalam *The Language of New Media* (2001) menjelaskan bahwa media baru seperti aplikasi wajah telah merevolusi cara kita memahami tubuh dan wajah; tubuh tidak lagi hadir sebagai entitas biologis semata, melainkan sebagai permukaan visual yang dapat diolah, disesuaikan, dan dikurasi sesuai dengan estetika yang dominan. Dalam hal ini, tubuh menjadi media visual atau *visual interface* yang mencerminkan selera estetis, afiliasi budaya, dan aspirasi sosial.

Dalam perspektif Jean Baudrillard, fenomena ini mencerminkan logika hiperrealitas, yaitu ketika representasi visual tidak lagi merepresentasikan realitas, melainkan menciptakan realitas baru yang lebih nyata daripada kenyataan itu sendiri (Oktavianingtyas et al., 2021). Wajah hasil filter Snow AI adalah wajah *hiperreal* dimana tidak lagi mengacu pada wajah asli, tetapi pada versi ideal yang dibentuk oleh kombinasi teknologi dan standar kecantikan global — khususnya standar kecantikan *Hallyu*. Tubuh digital ini menjadi *simulacra*, yaitu tiruan yang tidak lagi memiliki rujukan ke realitas, tetapi justru menggantikan realitas itu sendiri dalam persepsi publik (Fitrianti, 2021). Dalam desain visual, ini adalah contoh bagaimana kecantikan digital dapat menciptakan perangkat ilusi visual yang membentuk standar baru akan yang normal dan yang cantik.

Secara semiotik, Roland Barthes dalam *Image, Music, Text* (1977) menekankan bahwa gambar tidak pernah netral; setiap visual membawa kode sosial dan budaya yang membentuk makna. Visual wajah hasil Snow AI tidak hanya menunjukkan bentuk literal (denotatif), tetapi juga menyampaikan makna simbolik (konotatif) yang melekat, seperti kepolosan, keanggunan, kesempurnaan, status sosial, dan afiliasi budaya Korea. Filter ini adalah representasi tubuh yang diproduksi melalui desain —artifisial namun dipercayai sebagai ideal— dan karenanya memiliki kekuatan ideologis yang besar dalam membentuk persepsi publik.

Lebih lanjut, praktik mengunggah wajah hasil editan ini di Instagram dapat dibaca melalui konsep *self-branding* dari Alice E. Marwick (2013). Ia menyatakan bahwa individu dalam budaya digital kini mengelola dirinya seperti sebuah merek — *branding the self* — di mana representasi diri bukan lagi cerminan identitas personal semata, tetapi bagian dari strategi visual untuk memperoleh nilai sosial, perhatian, dan validasi (Helsper, 2014; Marwick, 2013). Filter Snow AI memberi pengguna alat visual untuk membentuk citra diri yang sesuai dengan selera audiens dan algoritma media sosial. Dalam konteks ini, tubuh menjadi objek branding, dan kecantikan digital menjadi bahasa yang digunakan untuk menegosiasikan nilai diri dalam pasar sosial digital.

Estetika visual yang dibawa oleh filter ini mencerminkan bentuk desain visual kontemporer yang bersifat global dan seragam. Dengan tampilan warna pastel, pencahayaan lembut, dan modifikasi fitur wajah yang ideal, desain Snow AI menciptakan template visual yang dapat direplikasi oleh siapa pun. Desain ini tidak hanya estetis secara teknis, tetapi juga bekerja sebagai sistem simbolik yang membawa nilai dan norma. Kecantikan, dalam hal ini, bukan hanya soal preferensi personal, melainkan hasil dari diseminasi desain visual yang menyatu dalam praktik budaya populer, seperti K-pop, K-drama, dan industri kosmetik Korea.

Secara visual, Snow AI dapat diposisikan dalam ranah desain digital multimedia, di mana elemen desain seperti filter *overlay*, *lighting effect*, dan *color correction* digunakan untuk menciptakan ilusi kecantikan yang konsisten dan menarik. Desain semacam ini mengaburkan batas antara digital art dan media sosial, antara branding visual pribadi dan representasi budaya global. Oleh karena itu, penggunaan filter wajah tidak hanya mencerminkan tren kecantikan, tetapi juga menunjukkan bagaimana praktik desain multimedia berperan dalam membentuk ideologi tubuh dan estetikanya.

Dengan demikian, filter wajah Snow AI adalah contoh konkret bagaimana desain komunikasi visual bekerja dalam membentuk makna, identitas, dan persepsi tubuh melalui perangkat digital. Ia menggabungkan estetika, teknologi, dan ideologi dalam satu bentuk visual yang tersebar luas, dipakai massal, dan memengaruhi budaya populer global. Dalam ranah desain dan budaya visual, fenomena ini tidak hanya sebagai tren teknologi, tetapi sebagai

representasi artistik dan simbolik dari bagaimana tubuh dikonstruksi, direpresentasikan, dan dipahami ulang di era digital.

KESIMPULAN

Penggunaan filter wajah Snow AI di Instagram menunjukkan bahwa kecantikan digital bukan lagi sekadar persoalan estetika individual, melainkan hasil konstruksi budaya visual yang kompleks, dikonstruksi melalui desain digital, teknologi, dan nilai-nilai kecantikan global yang berakar pada budaya populer Korea. Visualisasi wajah ideal yang dihasilkan—kulit putih mulus, mata besar, wajah V-line, dan efek visual lembut—menjadi bentuk tubuh digital yang telah direkayasa sedemikian rupa untuk menyerupai standar kecantikan tertentu.

Analisis semiotik Roland Barthes menunjukkan bahwa visual wajah hasil filter Snow AI tidak pernah netral, melainkan sarat makna simbolik yang merepresentasikan kepolosan, keanggunan, dan status sosial. Dalam konteks hiperrealitas Baudrillard, wajah hasil filter adalah simulakra yang lebih dominan dari realitas itu sendiri, menciptakan ilusi kecantikan yang terasa lebih nyata daripada wajah asli. Sementara itu, perspektif Lev Manovich memperkuat pemahaman bahwa tubuh kini diproses sebagai objek visual yang bisa diedit, didesain, dan disesuaikan melalui media digital. Praktik ini tidak hanya merefleksikan perubahan kecantikan, tetapi juga perubahan cara manusia memahami tubuh dan identitasnya di era media baru.

Lebih jauh, konsep *self-branding* dari Alice E. Marwick menjelaskan bagaimana pengguna media sosial menggunakan wajah digital mereka sebagai sarana membangun citra diri yang dapat diterima dan diakui di ruang publik digital. Proses ini memperlihatkan keterlibatan aktif individu dalam merancang visual diri yang tidak hanya sesuai dengan standar estetika dominan, tetapi juga strategis dalam mendapatkan validasi sosial.

Fenomena ini menunjukkan bahwa desain filter wajah seperti Snow AI telah menjadi alat visual yang tidak hanya membentuk kecantikan secara personal, tetapi juga turut serta dalam produksi makna budaya, penciptaan identitas visual, dan pembentukan standar kecantikan global. Dalam konteks desain komunikasi visual dan studi budaya digital, filter wajah merupakan bentuk ekspresi artistik sekaligus instrumen ideologis yang merepresentasikan relasi antara teknologi, visual, dan tubuh dalam masyarakat kontemporer.

REFERENSI

- Anita, N., . F., & Lisari, M. V. (2023). Wacana Tubuh Di Media Sosial Instagram: Studi Pendekatan Sosiologi Pengetahuan Karl Mannheim. *Indonesian Journal of Islamic Theology and Philosophy*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.24042/ijitp.v5i1.17750>
- Barthes, R. (1977). Barthes, R. (1977). Image, music, text. (S. Heath, Ed.) *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* (Vol. 37, p. 220). Hill and Wang. doi:10.2307/429854Image, music, text. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 37(2), 220. <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Image+Music+Text#0>
- Corporation, S. (2024). *SNOW - AI Profile*. SNOW Corporation. <https://apps.apple.com/us/app/snow-ai-profile/id1022267439?mt=8>
- Eriyanto. (2021). *Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif dalam memahami budaya pengguna media sosial*. PT Remadja Rosdakarya.
- Fitrianti, R. (2021). Simulacrum Media Di Era Postmodern. *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2), 92–117. <https://doi.org/10.53363/bureau.v1i2.29>

-
- Helsper, E. J. (2014). Alice E. Marwick, Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age. *International Journal of Communication*, 8(368), 2013–2015.
- Jessia, S., & Pribadi, M. A. (2023). Representasi Kecantikan dalam Drama Korea True Beauty (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Koneksi*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.15896>
- Jin, D. Y. (2024). The rise of digital platforms as a soft power apparatus in the New Korean Wave era. *Communication and the Public*, 9(2), 161–177. <https://doi.org/10.1177/20570473241234204>
- Korompis, M. J., & Koleangan, C. A. P. (2023). The Hallyu Phenomenon and Its Impact on Consumer Behaviour : *Jurnal Innovative*, 20(1), 94–102.
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Doing ethnographic research online. In *International Journal of Advertising* (Vol. 29, Issue 2). SAGE Publications. <https://doi.org/10.2501/S026504871020118X>
- Lancia, F., Liliyana, & Azis, A. (2023). K-Beauty dan Standar Kecantikan di Indonesia (Analisis Wacana Sara Mills pada Kanal YouTube Priscilla Lee). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(1), 56–68. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i1.175>
- Li, E. P. H., Min, H. J., Belk, R. W., Kimura, J., & Bahl, S. (2008). Skin lightening and beauty in four Asian cultures. *Advances in Consumer Research*, 35(January), 444–449.
- Maheswari, A. T. P., Parahita, B. N., & Purwanto, D. (2023). Hiperealitas Pada Media Sosial Instagram Dalam Merepresentasikan Relasi Sosial Pertemanan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi UIHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 398–415. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.84>
- Manovich, L. (2001). *The language of the new media* (p. 350).
- Mardiana, A. (2023). *Mengenal Aplikasi Wajah Korea Viral Snow Ai yang Sedang Populer*. Katacata.Co.Id. https://katadata.co.id/lifestyle/varia/648fca2f72c67/mengenal-aplikasi-wajah-korea-viral-snow-ai-yang-sedang-populer#goog_rewarded
- Marwick, A. E. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. Yale University Press.
- Nancy, Y. (2023). *Apa Itu Snow AI yang Viral & Cara Buat Foto Mirip Artis Korea?* Tirto.Id. <https://tirto.id/apa-itu-snow-ai-yang-viral-cara-buat-foto-mirip-artis-korea-gLWT>
- Nikmatur, B. (2023). *Heboh Artis dan Influencer Pakai Aplikasi SNOW AI, Bisa Edit Wajah Jadi Mirip Orang Korea*. Jatimtimes.Com. <https://jatimtimes.com/baca/291141/20230616/104800/heboh-artis-dan-influencer-pakai-aplikasi-snow-ai-bisa-edit-wajah-jadi-mirip-orang-korea>
- Novita. (2023). *Wajah Korea Dian Sastro hingga Nia Ramadhani setelah Diedit dengan Aplikasi AI Snow*. Tempo.Co. <https://satu.tempo.co/gaya-hidup/wajah-korea-dian-sastro-hingga-nia-ramadhani-setelah-diedit-dengan-aplikasi-ai-snow-175994>
- Nurhalizah, S., Jamilah, S., & Suhardi. (2022). Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram pada Mahasiswa. *Jourmics*, 1(2), 67–90.
- Oktavianingtyas, I., Seran, A., & Sigit, R. R. (2021). Jean Baudrillard dan Pokok Pemikirannya. *Propaganda*, 1(2), 113–121. <https://doi.org/10.37010/prop.v1i2.258>
- Patricia, D., & Dewi, B. K. (2025). *Apa Itu Korean Makeup Looks? Kenali Ciri Khasnya*. Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2025/03/21/081500720/apa-itu-korean-makeup-looks-kenali-ciri-khasnya->
- Priyowidodo, G. (2022). *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi pada Tiga Riset Lapangan* (P. Vita (ed.); 1st ed.). Rajawali Pers. https://www.google.co.id/books/edition/Monograf_Netnografi_Komunikasi_Aplikasi/uUCLEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Putri, D. Y. (2024). REPRESENTASI STEREOTIP KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM DRAMA KOREA (Analisis Semiotika Roland Bartes pada drama korea: My ID Is Gangnam Beauty). In *JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS SEMARANG* (Vol. 15, Issue 1). <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2020/G.311.20.0024/G.311.20.0024-15-File-Komplit-20240123051627.pdf>
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Soetarjo, L. S. (2018). KAJIAN SEMIOTIKA KONOTASI ROLAND BARTHES PADA FOTO WANITA JAWA PADA KARTU POS TAHUN 1900-1910 Lelyana. *DESKOVI : Art and Design Journal*, 1(1), 9–16.
- Suliatna, F. (2021). *Netnografi Dasar dan Perkembangan Etnografi Digital*. October, 4.

Tambunan, R. J., Hutabarat, A. R., Santoso, Y., & Sari, Y. (2024). Konstruksi Identitas Dan Kecantikan Melalui Teknologi Filter Manipulasi Wajah (Analisis Semiotika Visual Roland Barthes). *Scientica*, 2(2), 197–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/scientica.v2i2.966>

Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>

Yulisda Lubis, B., Fazira Lubis, J., Ns Zalukhu, A. Z., Rahesya Nasution, D., Fitri Ritonga, Z., & Harahap, N. (2025). Branding Diri Di Era Digital: Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU Dalam Menciptakan Identitas Profesional. *JPM MOCCI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, Sosial Sains Dan Sosial Humaniora, Koperasi, Dan Kewirausahaan*, 3(1), 47–55. <https://doi.org/10.61492/jpmmocci.v3i1.247>