KECANTIKAN DIGITAL DAN KRISIS IDENTITAS: TELAAH QS. AT-TIN: 4 DAN QS. AN-NISA: 119

Oleh:

Annisa Dila Royani
NIM : 222104010041

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN HUMANIORA
JANUARI 2026

KECANTIKAN DIGITAL DAN KRISIS IDENTITAS: TELAAH QS. AT-TIN: 4 DAN QS. AN-NISA: 119

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Agama (S.Ag.)
Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora
Program Studi Ilmu Al-Qur'an Tafsir

Oleh:
Annisa Dila Royani
NIM : 222104010041

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN HUMANIORA
JANUARI 2026

KECANTIKAN DIGITAL DAN KRISIS IDENTITAS: TELAAH QS. AT-TIN: 4 DAN QS. AN-NISA: 119

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Agama (S.Ag.)
Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora
Program Studi Ilmu Al-Qur'an Tafsir

Oleh:

Annisa Dila Royani
NIM: 222104010041

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing

MUHAMMAD UZAER DAMAIRI, M.Th.I
NIP. 198207202015031003

KECANTIKAN DIGITAL DAN KRISIS IDENTITAS: TELAAH QS. AT-TIN: 4 DAN QS. AN-NISA: 119

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Agama (S.Ag)
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora
Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Hari : Selasa
Tanggal : 30 Juni 2026

Tim Penguji

Ketua	Sekretaris
.Ahmad Badrus Sholihin, M.A.	Makhrus, M.A.
NIP. 198404032019031006	NIP. 198211252015031002

Anggota :

1. Dr. Ahmad Fajar Shodik, M.Th.I ( )
2. M. Uzaer Damairi, M.Th.I ( )

Menyetujui
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora

Prof. Dr. Ahidul Asror, M.Ag.
NIP. 197406062000031003

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

MOTTO

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِيْ أَحْسَنِ تَقْوِيْمٍ

Artinya : “Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.” (QS. At-Tin: 4).[1]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[1] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019), QS. At-Tīn [95]: 4, diakses pada 25 Mei 2026, Pustaka Lajnah Kemenag RI.

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua, kedua mertua, dan suami tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta semangat dalam setiap proses perjuangan penulis, serta kepada seluruh teman-teman yang selalu mendukung penulis, khususnya "Sekawan Limo" dan "Cemungut Mengejar Toga" yang terdiri atas Mbak Dian, Yurika, Aisyah, Faizah, Irma, Uswah, Imelda, dan Siti, Bintang serta teman seperjuangan "Ashabul Mufassirin."

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Annisa Dila Royani, 2026: *Kecantikan Digital dan Krisis Identitas: Telaah QS. At-Tīn: 4 dan QS. An-Nisā': 119.*

Kata Kunci: Kecantikan Digital, Krisis Identitas, QS. At-Tīn: 4, QS. An-Nisā': 119.

Fenomena kecantikan digital di era media sosial membentuk standar kecantikan baru melalui penggunaan filter wajah, pengeditan visual, dan representasi tubuh ideal di ruang digital. Kondisi tersebut memengaruhi cara individu memandang dirinya sendiri hingga memunculkan *body image* negatif, ketidakpuasan terhadap tubuh, ketergantungan pada validasi sosial, serta krisis identitas diri. Penelitian ini berangkat dari pentingnya memahami fenomena tersebut melalui pendekatan psikologi dan nilai-nilai Al-Qur'an.

Fokus penelitian ini meliputi: 1) hubungan fenomena kecantikan digital dengan krisis identitas diri dalam kajian psikologi; 2) kontekstualisasi QS. At-Tīn: 4 dan QS. An-Nisā': 119 terhadap fenomena kecantikan digital dalam pembentukan identitas diri; dan 3) solusi Qur'ani dalam mengatasi krisis identitas akibat tekanan standar kecantikan digital.

Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) serta metode tafsir tematik (*Mauḍū'ī*). Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan tafsir *maqāṣidī* Abdul Mustaqim dengan menekankan nilai kemaslahatan dan relevansi ayat terhadap realitas kontemporer. Sumber data primer skripsi ini adalah Al-Qur'an, sedangkan sumber data sekunder

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

diperoleh dari kitab tafsir, buku psikologi, jurnal ilmiah, artikel, dan literatur yang relevan.

Hasil skripsi menunjukkan bahwa fenomena kecantikan digital dapat memengaruhi pembentukan identitas diri melalui proses perbandingan sosial dan konstruksi standar kecantikan yang tidak realistis. QS. At-Tīn: 4 menegaskan bahwa manusia diciptakan dalam bentuk terbaik (*aḥsani taqwīm*) sehingga nilai manusia tidak hanya ditentukan oleh aspek fisik, melainkan juga kualitas moral dan spiritual. Sementara itu, QS. An-Nisā': 119 dipahami sebagai peringatan terhadap penyimpangan dari fitrah manusia akibat dorongan hawa nafsu dan standar semu yang menjauhkan manusia dari penerimaan diri. Dengan demikian, Al-Qur'an menawarkan konsep penerimaan diri, kejujuran identitas, serta penjagaan fitrah sebagai solusi dalam menghadapi krisis identitas akibat tekanan kecantikan digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancer.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh dari dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Sahiron, MA. selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menerima penulis sebagai mahasiswa di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Bapak Prof. Dr. Ahidul Asror, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora yang telah memimpin dan mengelola fakultas selama penulis menempuh studi.
3. Bapak Prof. Dr. H. Kasman, M.Fil.I. selaku wakil Dekan 1 yang telah memberikan dukungan dalam bidang akademik selama proses perkuliahan penulis.
4. Bapak Abdulloh Dardum, M.Th.I. selaku Ketua Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir yang telah memberikan arahan serta dukungan selama penulis menempuh studi.
5. Bapak Muhammad Uzaer Damairi, M.Th.I selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap dosen Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran berharga selama masa perkuliahan, serta seluruh pegawai yang telah membantu kelancaran proses administrasi penulis.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah.

Jember, 22 Mei 2026

Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi Arab-Indonesia yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pedoman yang diterbitkan oleh Perpustakaan Nasional Amerika Serikat (*Library of Congress*). Pedoman ini menjadi acuan di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, sebagaimana tabel berikut:

Awal	Tengah	Akhir	Sendiri	Latin/Indonesia
ا	ـا	ـا	ا	a / i / u
بـ	ـبـ	ـب	ب	B
تـ	ـتـ	ـت	ت	T
ثـ	ـثـ	ـث	ث	Th
جـ	ـجـ	ـج	ج	J
حـ	ـحـ	ـح	ح	H
خـ	ـخـ	ـخ	خ	Kh
د	ـد	ـد	د	D
ذ	ـذ	ـذ	ذ	Dh
ر	ـر	ـر	ر	R
ز	ـز	ـز	ز	Z
~	~	ـس	س	S

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Sh	ش	ش	شـ	شـ
ṣ	ص	ص	صـ	صـ
ḍ	ض	ض	ضـ	ضـ
ṭ	ط	ط	طـ	طـ
ẓ	ظ	ظ	ظـ	ظـ
‘(ayn)	ع	ع	عـ	عـ
Gh	غ	غ	غـ	غـ
F	ف	ف	فـ	فـ
Q	ق	ق	قـ	قـ
K	ك	ك	كـ	كـ
L	ل	ل	لـ	لـ
M	م	م	مـ	مـ
N	ن	ن	نـ	نـ
H	ه,ة	ه,ة	هـ	هـ
W	و	و	و	و
Y	ي	ي	يـ	يـ

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (*madd*) caranya dengan menuliskan horizontal (*macron*) diatas huruf ā (آ), ī (إي), ū (أو). Semua nama Arab

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

dan istilah yang berasal dari bahasa Arab ditulis sesuai kaidah transliterasi. Selain itu, kata dan istilah yang berasal dari bahasa asing juga harus ditulis miring.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO v
PERSEMBAHAN vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR ix
PEDOMAN TRANSLITERASI xi
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xvi
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 10
C. Tujuan Penelitian 10
D. Manfaat Penelitian 10
1. Manfaat Teoritis 11
2. Manfaat Praktis 11
E. Definisi Istilah 12
F. Sistematika Pembahasan 13
BAB II 15
KAJIAN PUSTAKA 15
A. Penelitian Terdahulu 15
B. Kajian Teori 23
1. Kecantikan Digital dan Konstruksi Penampilan 23
2. Krisis Identitas 26
3. Pendekatan Tafsir *Maqāṣidī* Abdul Mustaqim 27
BAB III 31
METODE PENELITIAN 31

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 31
B. Teknik Pengumpulan Data 32
C. Sumber Data 33
D. Analisis Data 34
BAB IV 36
PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA 36
A. Fenomena Kecantikan Digital dan Krisis Identitas 36
B. Analisis QS. At-Tin: 4 dan QS. An-Nisa: 119 terhadap Fenomena Kecantikan Digital dan Krisis Identitas Perspektif Tafsir *Maqāṣidī* Abdul Mustaqim 49
C. Relevansi dan Solusi Qur'ani terhadap Krisis Identitas 60
BAB V 69
PENUTUP 69
A. KESIMPULAN 69
B. SARAN-SARAN 70
DAFTAR PUSTAKA 72

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 20

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan yang besar bagi manusia dalam berinteraksi, berkomunikasi, dan cara menyikapi diri sendiri. Teknologi digital yang semakin canggih menjadikan kehidupan sehari-hari terhubung melalui media sosial sehingga batas antara dunia nyata dan dunia maya semakin kabur. Dalam kajian psikologi sosial, fenomena ini memengaruhi bagaimana pikiran, perasaan, dan perilaku seorang individu dibentuk dan dipengaruhi oleh keberadaan orang lain, baik secara langsung maupun interpretasi kognitif individu tersebut.[1]

Aktivitas yang dulunya dilakukan secara langsung kini beralih menjadi aktivitas yang bisa dilakukan di mana saja melalui ruang digital mulai dari belajar, bekerja, hingga membangun hubungan dalam bersosialisasi. Perubahan ini memberikan dampak nyata bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari di tengah informasi yang serba cepat dan mudah. Pengaruh dari perkembangan teknologi ini menjadi peluang bagi individu untuk meniru perilaku atau tren yang diamati di platform media sosial.[2]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[1] Syatria Adymas Pranajaya et al., *Psikologi Sosial: Konsep dan Implementasi* (Padang: Get Press Indonesia, 2023), 3.

[2] Dicky Apdillah, Rusti Br Zebua, Muhammad Idham, dan Ibnu Anhar, "TEKNOLOGI DIGITAL DI DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT", *Jurnal Selodang Mayang* 8, No. 2 (2022), 101-104, https://doi.org/10.47521.

Menurut laporan dari DataReportal, terdapat sekitar 5,66 miliar pengguna media sosial di dunia dengan rata-rata penggunaan mencapai ±2,5 jam per hari. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama dalam interaksi sosial sekaligus pembentukan citra diri dan identitas individu di era digital.[3] Dalam hal ini, Erikson mengingatkan bahwa identitas bukanlah sesuatu yang terisolasi, melainkan sebuah proses yang hidup dan berakar di dalam inti kebudayaan masyarakatnya.[4] Ketika kebudayaan tersebut bertransformasi menjadi serba digital, maka cara individu merumuskan jati dirinya pun secara otomatis akan ikut bergeser.

Perkembangan teknologi digital melahirkan fenomena kecantikan baru di media sosial melalui teknologi visual, seperti filter kamera dan aplikasi pengedit wajah. Media sosial kini tidak sekadar menjadi sarana berbagi aktivitas, melainkan ruang representasi diri tempat individu secara sadar memodifikasi penampilan demi menampilkan citra tubuh dan wajah ideal. Praktik ini menghasilkan standar kecantikan digital yang tampak sempurna secara visual, namun sering kali menciptakan jarak karena tidak sepenuhnya mencerminkan realitas fisik yang sebenarnya.[5]

Paparan konstan terhadap standar "wajah sempurna" dan "tubuh ideal" melalui filter atau efek visual di Instagram dan TikTok kini tidak

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[3] DataReportal, *Global Social Media Statistics 2025*, dipublikasikan oleh Kepios, diakses 2 Maret 2026, https://datareportal.com.

[4] Erik H. Erikson, *Identity: Youth and Crisis*, (New York: W. W. Norton & Company, 1968), 9.

[5] Sarah Diefenbach dan Lara Christoforakos, "The Selfie Paradox: Nobody Seems to Like Them Yet Everyone Has Reasons to Take Them," *Frontiers in Psychology* 8 (2017), 2–4, https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00007.

sekadar mengubah piksel gambar, melainkan menggeser psikologis individu dalam memandang tubuhnya sendiri. Jika ditarik secara historis, akar komodifikasi visual perempuan melalui media ini sejatinya telah terjadi sejak era kolonial Hindia Belanda, ketika media cetak memanfaatkan popularitas selebritas seperti Miss Riboet dan Roekiah untuk menginternalisasi nilai barat serta membentuk standar identitas gender tertentu. Perbedaannya terletak pada mediumnya; jika dahulu batasan visual dibentuk secara terbatas melalui koran dan iklan cetak, di era modern komodifikasi visual ini telah bertransformasi secara radikal dan masif melalui algoritma digital.[6]

Sistem algoritma media sosial yang secara selektif mempromosikan konten visual hasil suntingan digital membuat representasi penampilan realistis makin sulit ditemukan, dan pada akhirnya membentuk paradigma baru yang menjadikan fisik sebagai tolok ukur utama kecantikan serta penerimaan sosial. Paparan terus-menerus terhadap gambar dan video yang telah difilter maupun diedit secara berlebihan ini menciptakan ekspektasi tidak realistis terhadap penampilan diri, sehingga memengaruhi persepsi *body image* serta mendorong terjadinya perbandingan sosial secara terus-menerus.[7]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[6] M. Al Qautsar Pratama, "Kolonialisme dan Budaya Populer: Potret Marketing Selebritis di Hindia Belanda Era 1930-1940" *Khazanah: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam* 15, no. 1 (2025): 18, https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=al+qautsar+pratama+kolonialisme&btnG=#d=gs_qabs&t=1783239241925&u=%23p%3DHysHNQ69fd4J.

[7] Kiki Virenanda Pitaloka, "Media Influence on Unrealistic Beauty Standards and Their Effect on Body Image," *CAKRA COMMUNICO: Journal of Communication Science* 2, No. 1 (2025): 11–12., https://doi.org/10.17977/um087v2i1202511-17.

Paparan konten yang mendorong perbandingan sosial demi penerimaan ini kemudian membuat individu cenderung menilai dirinya berdasarkan respons eksternal, seperti komentar, jumlah *likes*, atau pengakuan dari orang lain, bukan dari penilaian diri yang sehat. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Erikson bahwa fungsi subjektif dari identitas ego sangat bergantung pada persepsi individu mengenai keselarasan antara dirinya dengan bagaimana ia dimaknai oleh komunitas di sekitarnya.[8] Dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat melemahkan konsep diri (*self concept*), meningkatkan ketidakpuasan terhadap tubuh (*body dissatisfaction*), serta menurunkan penilaian individu terhadap tubuhnya (*body esteem*) dalam memandang dirinya sendiri.[9]

Pergeseran standar penampilan dan tekanan sosial yang dialami oleh individu sebetulnya bukanlah sebuah fenomena yang sepenuhnya baru. Jauh sebelum era digital, Naomi Wolf dalam karya monumentalnya telah mengkritik bagaimana standar fisik dikonstruksi secara sengaja sebagai alat kontrol sosial. Wolf menyatakan bahwa "*'Beauty' is a currency system like the gold standard. Like any economy, it is determined by politics*"[10] Lebih lanjut ia menegaskan, "*the beauty myth is not about women at all. It is about*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[8] Erik H. Erikson, *Identity: Youth and Crisis*, (New York: W. W. Norton & Company, 1968), 50.

[9] Rubinia Celeste Bonfanti, Francesco Melchiori, Arianna Teti, Gaia Albano, Stephane Raffard, Rachel Rodgers dan Gianluca Lo Coco, "The Association Between Social Comparison in Social Media, Body Image Concerns and Eating Disorder Symptoms: A Systematic Review and Meta-Analysis," *Body Image* 52 (2025): 1-3, https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101841.

[10] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (London: Vintage, 1991), 12.

men's institutions and institutional power".[11] Melalui pandangan ini, Wolf membongkar bahwa idealisme kecantikan bukanlah sesuatu yang alamiah atau biologis, melainkan sebuah mitos dan produk politik kebudayaan yang mendikte bagaimana individu harus berperilaku dan berwujud demi memenuhi penerimaan lingkungan sosialnya.

Di era kontemporer, "mitos kecantikan" yang dahulu disebarkan melalui media cetak kini telah bertransformasi menjadi jauh lebih masif dan manipulatif melalui ruang siber. Kehadiran media sosial dengan algoritma kurasi visual, serta fitur manipulasi wajah (*beautification filters*), telah melahirkan standarisasi kecantikan digital baru yang sering kali tidak realistis.[12]

Media sosial yang kini turut membentuk cara pandang individu melalui gambaran ideal yang tidak realistis dapat memicu terjadinya krisis identitas, yaitu kondisi ketika seseorang mengalami kebingungan dalam mengenali, memahami, dan menerima dirinya secara utuh, karena penilaian terhadap diri lebih banyak dipengaruhi oleh citra yang dibangun di media dibandingkan dengan pengalaman dan realitas pribadi yang sebenarnya.[13]

Dalam perspektif psikologi perkembangan, Erik Erikson menegaskan bahwa identitas ego pada dasarnya tumbuh dari keselarasan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[11] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (London: Vintage, 1991), 13.

[12] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (London: Vintage, 1991), 12-13.

[13] Ghaitsaa Zahraa Kathrina Sanjaya, Gladiolla Dian Celvianna Putri, Jesbon dan Nalla Taquysha Pasaribu, "Krisis Identitas pada Generasi Muda karena Dampak Globalisasi dan Media Sosial," *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora* 3, no. 1 (2025), 2–3, https://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/view/980/696.

antara bagaimana individu menerima dirinya dan bagaimana lingkungan sosial memberikan pengakuan kepadanya. Oleh karena itu, manipulasi visual digital yang masif di media sosial berpotensi mengaburkan proses tersebut, sehingga fase krisis yang normatif dialami remaja tidak lagi menjadi titik balik pendewasaan yang sehat, melainkan berubah menjadi kebingungan peran yang akut.[14] Akibat hilangnya jati diri dan ketergantungan pada validasi sosial, krisis identitas kini menjadi persoalan serius dalam Islam yang membawa dampak signifikan terhadap kesehatan mental dan perkembangan kepribadian individu di era digital.

Dalam ruang sosial modern, krisis identitas akibat kecantikan digital ini berkelindan dengan konstruksi eksistensi perempuan yang sering kali terjebak dalam arus subordinasi, marginalisasi, serta rekonstruksi peran yang dilematis.[15] Fenomena tersebut dipahami sebagai bentuk jauhnya manusia dari sikap menerima diri apa adanya sebagaimana fitrah yang telah ditetapkan oleh Allah. Tuntutan standar visual digital pada akhirnya memaksa individu mendistorsi citra diri demi pengakuan sosial, padahal Al-Qur'an dengan tegas menyatakan bahwa manusia diciptakan dalam bentuk terbaik sebagaimana firman-Nya dalam QS. At-Tin: 4,

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِيْٓ اَحْسَنِ تَقْوِيْمٍ

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[14] Erik H. Erikson, *Identity: Youth and Crisis*, (New York: W. W. Norton & Company, 1968), 17, 50.

[15] Rahmah Raini Jamil dan Win Usuluddin, "Kyai Husein Muhammad's Perspective on Gender Equality: Feminism, Textual Interpretation, and Contextualization," *Advances in Humanities and Contemporary Studies* 5, no. 2 (2024): 1, https://doi.org/10.30880/ahcs.2024.05.02.001.

yang berarti “Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.”[16] Ayat ini menunjukkan bahwa kesempurnaan manusia tidak semata-mata terletak pada aspek fisik, melainkan juga pada potensi akal, moral, dan kedudukan mulia yang dianugerahkan Allah kepada manusia. Oleh karena itu, nilai dan kemuliaan manusia tidak diukur dari penampilan fisik maupun standar kecantikan buatan, melainkan dari kualitas diri dan ketakwaannya.

Dalam penafsiran QS. An-Nisa:119, upaya setan dalam menyesatkan manusia agar menyimpang dari fitrah melalui bisikan dan angan-angan kosong berujung pada tindakan nyata. Terkait hal ini, Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia menjelaskan bahwa bentuk “mengubah ciptaan Allah” mencakup tindakan fisik tertentu serta penyimpangan terhadap fitrah keimanan dan cara manusia memaknai dirinya sebagai makhluk ciptaan Allah.[17] Meskipun filter digital tidak sama dengan mengubah fisik, praktik berlebihan tersebut mencerminkan sikap kurang bersyukur dan tidak menerima diri yang dapat menjauhkan individu dari kejujuran (*ṣidq*).

Dalam ajaran Islam, kejujuran (*ṣidq*) merupakan nilai fundamental yang membentuk identitas ideal seorang Muslim. Rasulullah saw. menegaskan bahwa kejujuran menuntun seseorang kepada kebaikan dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[16] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Tafsir QS. At-Tin Ayat 4*, Tafsir Al-Qur’an Kemenag, diakses 1 Desember 2025, ://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/95?from=1&to=8.

[17] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Tafsir QS. An-Nisa Ayat 119*, Tafsir Al-Qur’an Kemenag. Diakses 1 Desember 2025, ://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/95?from=1&to=8.

pada akhirnya mengantarkannya kepada keselamatan, sebagaimana disebutkan dalam hadis sahih bahwa kejujuran membawa kepada kebajikan dan kebajikan membawa ke surga.[18] Prinsip kejujuran yang mencakup representasi diri ini berpotensi mengaburkan nilai keaslian ketika penggunaan filter digital menghadirkan citra yang tidak sesuai dengan realitas.

Lebih jauh, hadis Nabi saw. juga menegaskan bahwa dusta membawa kepada kejahatan dan kejahatan membawa ke neraka,[19] yang menunjukkan bahwa penyimpangan dari kejujuran dapat berdampak pada kerusakan moral dan psikologis individu. Oleh karena itu, Islam mendorong sikap menerima diri secara proporsional serta menjaga keselarasan antara identitas yang ditampilkan dan kondisi diri yang sebenarnya, termasuk dalam ruang digital. Fenomena kecantikan digital dan dampaknya terhadap *body image* serta kondisi psikologis individu telah banyak dikaji dalam penelitian psikologi dan studi media, terutama terkait penggunaan filter media sosial dan perbandingan sosial di ruang digital.[20]

Di sisi lain, kajian keislaman juga telah membahas tentang fitrah penciptaan manusia dan larangan menyimpang dari ketentuan Allah melalui

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[18] Al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Kitāb al-Adab, Hadist no. 6094; Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim*, Kitāb al-Birr wa al-Ṣilah, Hadist no. 2607. Hadis diakses melalui basis data daring Sunnah.com.

[19] Al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Kitāb al-Adab, Hadist no. 6094; Muslim, Ṣaḥīḥ Muslim, Kitāb al-Birr wa al-Ṣilah, Hadist no. 2607. Hadis diakses melalui basis data daring http://sunnah.com.

[20] Miftahul Jannah, Minarni, dan A. Nur Aulia Saudi, "Hubungan Self-Esteem dengan Body Image pada Remaja Wanita yang Menggunakan Filter Instagram," *Jurnal Psikologi Karakter* 3, no. 2 (2023): 341–344, ://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2332.

penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an, seperti Surah At-Tin ayat 4 dan Surah An-Nisa ayat 119. Kedua ayat ini sering dijadikan landasan nilai dalam memahami sikap manusia terhadap dirinya dan perubahan yang dilakukan atas dirinya.[21] Namun demikian, kajian-kajian tersebut umumnya masih berjalan secara terpisah dan belum secara khusus mengaitkan fenomena kecantikan digital dengan penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an yang membahas fitrah penciptaan manusia dan persoalan perubahan diri. Oleh karena itu, pembacaan Surah At-Tin ayat 4 dan Surah An-Nisa ayat 119 dalam konteks kecantikan digital dan pembentukan identitas manusia di era media sosial masih relatif terbatas.

Berdasarkan uraian tersebut, skripsi ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Al-Qur'an memandang konsep kecantikan dan identitas manusia dalam konteks fenomena kecantikan digital. Secara khusus, skripsi ini akan menganalisis nilai-nilai yang terkandung dalam Surah At-Tin ayat 4 dan Surah An-Nisa ayat 119 untuk memahami bagaimana kedua ayat tersebut memberikan panduan terkait penerimaan diri, fitrah penciptaan, serta batasan etis dalam merubah atau memanipulasi penampilan menurut ajaran Islam.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[21] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Tafsir QS. An-Nisa Ayat 119 dan Tafsir QS. At-Tin Ayat 4*, Tafsir Al-Qur'an Kemenag RI, diakses 1 Desember 2025. ://quran.kemenag.go.id.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana hubungan antara fenomena kecantikan digital dengan terjadinya krisis identitas diri dalam kajian psikologi?
2. Bagaimana kontekstualisasi QS. At-Tīn: 4 dan QS. An-Nisā': 119 terhadap fenomena kecantikan digital dalam pembentukan identitas diri?
3. Bagaimana solusi yang ditawarkan Al-Qur'an dalam mengatasi krisis identitas diri yang dipengaruhi oleh tekanan standar kecantikan digital?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis hubungan antara fenomena kecantikan digital dengan terjadinya krisis identitas diri berdasarkan kajian psikologi.
2. Untuk mengkaji kontekstualisasi QS. At-Tīn: 4 dan QS. An-Nisā': 119 terhadap fenomena kecantikan digital dalam pembentukan identitas diri.
3. Untuk merumuskan solusi yang ditawarkan Al-Qur'an dalam mengatasi krisis identitas diri akibat pengaruh standar kecantikan digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

D. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan proses penelitian skripsi, hasil skripsi ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Al-Qur'an, khususnya melalui analisis konseptual terhadap Al-Qur'an pada QS. At-Tīn ayat 4 dan QS. An-Nisā' ayat 119. Analisis tersebut digunakan untuk memahami nilai dasar manusia dan konsep fitrah dalam perspektif Islam, serta implikasinya terhadap fenomena kecantikan digital yang berkembang di masyarakat modern. Dengan demikian, skripsi ini dapat memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara ajaran Al-Qur'an dan persoalan identitas serta standar kecantikan di era digital.

Dengan demikian skripsi ini diharapkan dapat memperkaya khazanah kajian psikologi Islam melalui pengaitan pemaknaan ayat-ayat Al-Qur'an dengan konsep *body image* dan pembentukan identitas diri. Kajian tersebut relevan dengan berbagai persoalan psikologis individu di era digital, khususnya yang berkaitan dengan persepsi terhadap penampilan, pencarian validasi sosial, serta krisis identitas akibat pengaruh standar kecantikan digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

2. Manfaat Praktis

1. Menjadi rujukan bagi mahasiswa, akademisi, dan peneliti yang mengkaji isu kecantikan digital, krisis identitas, serta integrasi nilai Qur'ani dalam kesehatan mental.

2. Memberikan panduan bagi masyarakat untuk memahami dampak filter digital, manipulasi kecantikan, dan standar kecantikan media terhadap kesehatan psikologis.

3. Memberikan pemahaman berbasis nilai Qur'ani yang dapat dijadikan rujukan dalam upaya membangun identitas diri yang sehat dan seimbang di tengah tekanan standar kecantikan digital.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah disini berarti menggambarkan istilah-istilah penting dari judul skripsi di atas agar tidak terjadi kesalahpahaman makna dari maksud peneliti. Adapun istilah-istilah tersebut sebagai berikut:

1. Manipulasi Kecantikan Digital

   Manipulasi kecantikan digital merujuk pada penggunaan teknologi digital, seperti filter wajah dan aplikasi pengeditan visual, untuk menciptakan tampilan fisik yang dianggap ideal secara sosial namun tidak sepenuhnya realistis. Dalam skripsi ini, praktik tersebut dipahami sebagai bagian dari konstruksi standar kecantikan digital yang memengaruhi cara individu memandang penampilan dirinya.

2. Krisis Identitas

   Krisis identitas merupakan kondisi psikologis ketika individu mengalami kebingungan dalam memahami jati diri, nilai, dan peran dirinya. Dalam skripsi ini, krisis identitas dipahami sebagai kondisi yang berkaitan dengan tekanan standar kecantikan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digital, yang mendorong individu membentuk identitas diri berdasarkan penampilan fisik dan validasi media sosial.

F. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disusun ke dalam beberapa bab yang saling berkaitan dan membentuk alur pembahasan yang sistematis.

Bab I: Pendahuluan

Memuat latar belakang skripsi yang menguraikan pentingnya kajian mengenai keterkaitan antara *body image*, krisis identitas, dan nilai-nilai Qur'ani dalam konteks budaya digital. Bab ini juga menjelaskan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis. Selain itu, dipaparkan pula ruang lingkup dan batasan penelitian guna memperjelas fokus kajian yang dibahas.

Bab II: Kajian Teoritis

Berisi landasan konseptual dan teoretis yang digunakan dalam analisis penelitian. Bab ini membahas konsep *body image* dalam kajian psikologi, identitas diri yang sehat, serta dinamika krisis identitas di era digital. Selanjutnya, dibahas pula konsep identitas ideal Muslim sebagai perspektif nilai dalam pembentukan jati diri. Pada bab ini juga diuraikan kajian tafsir terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan dengan tema skripsi, khususnya QS At-Tin ayat 4 tentang konsep *aḥsani taqwīm* dan QS An-Nisa ayat 119 mengenai larangan mengubah ciptaan Allah, sebagai dasar normatif dalam memahami persoalan identitas.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Bab III: Metode Penelitian

Menjelaskan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*), mengingat objek kajian berupa teks Al-Qur'an dan literatur terkait. Bab ini memuat penjelasan mengenai jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan, serta teknik analisis data menggunakan analisis isi (*content analysis*). Uraian metode ini bertujuan untuk menunjukkan kejelasan prosedur penelitian dan pertanggungjawaban ilmiah atas hasil yang diperoleh.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Merupakan bagian inti yang menyajikan hasil analisis terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang menjadi fokus kajian, kemudian mengaitkannya dengan fenomena *body image* dan krisis identitas akibat kuatnya standar kecantikan digital. Pembahasan dilakukan dengan memadukan perspektif psikologi dan nilai-nilai Qur'ani, sehingga terlihat relevansi konsep *aḥsani taqwīm* dan larangan mengubah ciptaan Allah dalam membangun identitas diri Muslim yang sehat di era digital.

Bab V: Penutup

Berisi kesimpulan yang merangkum temuan utama skripsi serta menegaskan keterkaitan antara nilai-nilai Qur'ani, kondisi psikologis individu, dan fenomena budaya digital dalam pembentukan identitas diri. Bab ini juga memuat saran yang ditujukan bagi peneliti selanjutnya, lembaga pendidikan, dan individu sebagai upaya praktis dalam menghadapi persoalan *body image* dan krisis identitas dalam kehidupan modern.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji isu *body image*, krisis identitas, pengaruh media digital, serta perspektif Al-Qur'an terkait penciptaan manusia dan perubahan ciptaan Allah. Berbagai kajian tersebut menjadi rujukan penting untuk memahami posisi penelitian skripsi ini sekaligus memetakan kebaruan yang ingin dihadirkan.

1. Penelitian Miftahul Jannah, Minarni, dan A. Nur Aulia Saudi dalam artikel berjudul **"Hubungan *Self-Esteem* dengan *Body Image* pada Remaja Wanita yang Menggunakan Filter Instagram"** menjelaskan bahwa *body image* merupakan gambaran mental individu terhadap tubuhnya yang dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, interaksi sosial, serta paparan media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan filter Instagram memiliki keterkaitan dengan pembentukan *body image* dan tingkat *self-esteem* remaja wanita, di mana persepsi negatif terhadap tubuh dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan diri dan kondisi psikologis individu. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada perhatian terhadap *body image* sebagai aspek psikologis yang dipengaruhi oleh media digital. Adapun perbedaannya, penelitian Miftahul Jannah dkk. berfokus pada hubungan *self-esteem* dan *body image* secara empiris dalam konteks penggunaan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

filter Instagram, sedangkan penelitian ini menempatkan *body image* sebagai bagian dari proses yang lebih luas, yaitu krisis identitas akibat standar kecantikan digital, serta mengaitkannya dengan perspektif Al-Qur'an.[1]

2. Penelitian Robertus Putra Setiawan, Diah Sofiah, dan Etik Darul Muslikah dalam artikel berjudul **"*Self Esteem* pada Pengguna Filter Instagram di Kalangan Mahasiswa Perempuan Ditinjau dari Perspektif *Body Image*"** mengkaji pengaruh penggunaan filter Instagram terhadap persepsi diri mahasiswa perempuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan filter kecantikan secara berulang membentuk standar kecantikan yang tidak realistis, yang mendorong individu untuk membandingkan dirinya dengan representasi visual yang telah dimodifikasi secara digital. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakpuasan terhadap tubuh serta menciptakan jarak antara identitas diri yang nyata dengan identitas ideal yang ditampilkan di media sosial. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada perhatian terhadap peran media digital dalam membentuk *body image* dan persepsi diri individu. Adapun perbedaannya, penelitian Robertus Putra Setiawan dkk. berfokus pada hubungan *self-esteem* dan *body image* secara empiris pada mahasiswa perempuan, sedangkan penelitian ini mengkaji fenomena tersebut sebagai bagian dari krisis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[1] Miftahul Jannah, Minarni, dan A. Nur Aulia Saudi, "Hubungan Self-Esteem dengan Body Image pada Remaja Wanita yang Menggunakan Filter Instagram," *Jurnal Psikologi Karakter* 3, no. 2 (Desember 2023): 340–346, ://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2332.

identitas yang lebih luas akibat standar kecantikan digital serta meninjaunya dari perspektif Al-Qur'an.[2]

3. Penelitian Jasmine Fardouly, Brydie K. Willburger, dan Lenny R. Vartanian dalam artikel berjudul **"Instagram Use and Young Women's *Body Image* Concerns and *Self-Objectification*: Testing Mediational Pathways"** mengkaji krisis identitas dari perspektif psikologi dengan menyoroti peran media sosial, khususnya Instagram. Penelitian ini menjelaskan bahwa krisis identitas dapat muncul ketika individu mengalami kebingungan dalam memahami dan menerima dirinya sendiri akibat tekanan sosial dan tuntutan lingkungan. Media sosial dipandang sebagai faktor eksternal yang memperkuat kondisi tersebut karena menghadirkan standar citra diri yang ideal dan seragam, sehingga mendorong perbandingan sosial dan objektifikasi diri. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada perhatian terhadap krisis identitas sebagai dampak dari paparan standar visual di media digital. Adapun perbedaannya, penelitian Jasmine Fardouly dkk. menitikberatkan pada hubungan penggunaan Instagram dengan kekhawatiran *body image* dan *self-objectification* pada perempuan muda dalam kerangka psikologi empiris, sedangkan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[2] Robertus Putra Setiawan, Diah Sofiah, dan Etik Darul Muslikah, "Self Esteem pada Pengguna Filter Instagram di Kalangan Mahasiswa Perempuan ditinjau dari Perspektif Body Image," *Jurnal Psikologi Indonesia* 3, No. 01 (Maret 2025): 56 – 64, ://doi.org/10.30996/jiwa.v3i01.12643.

penelitian ini memfokuskan pada krisis identitas akibat standar kecantikan digital serta mengaitkannya dengan perspektif Al-Qur'an.[3]

4. Penelitian Moch. Bashori Alwi dalam artikel berjudul **"Tafsir Surat Al-Tīn dalam Tafsir *Al-Taḥrīr wa al-Tanwīr* Perspektif *Maqāṣid* Al-Qur'an"** mengkaji QS. At-Tīn ayat 4 dengan menekankan konsep *aḥsani taqwīm*. Kajian ini menegaskan bahwa manusia diciptakan Allah dalam bentuk yang paling sempurna, tidak hanya dari sisi fisik, tetapi juga dalam potensi spiritual dan moral, yang menjadi dasar kemuliaan manusia. Kesempurnaan penciptaan tersebut menuntut manusia untuk bersikap syukur, menerima diri, serta menjaga fitrah yang telah dianugerahkan Allah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan QS. At-Tīn ayat 4 sebagai landasan Qur'ani dalam memahami nilai diri dan identitas manusia. Adapun perbedaannya, penelitian Moch. Bashori Alwi menitikberatkan pada analisis *tafsir Al-Taḥrīr wa al-Tanwīr* dalam perspektif *maqāṣid* Al-Qur'an, sedangkan penelitian ini mengkaji QS. At-Tīn ayat 4 dalam konteks fenomena kecantikan digital, *body image*, dan krisis identitas, serta mengaitkannya dengan persoalan identitas diri di era media sosial.[4]
5. Penelitian Mohammad Naqib Hamdan, Mohd Anuar Ramli, Mohd Farhan Md Ariffin, Hussein Azeemi Abdullah Thaidi, Muhamad

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[3] Jasmine Fardouly, Brydie K. Willburger, dan Lenny R. Vartanian, "Instagram Use and Young Women's Body Image Concerns and Self-Objectification: Testing Mediational Pathways," *New Media & Society* 20, no. 4 (2018): 1381–1391, ://doi.org/10.1177/1461444817694499.

[4] Moch. Bashori Alwi, "TAFSIR SURAT AL-TIN DALAM TAFSIR AL-TAHRIR WA AL-TANWIR PERSPEKTIF MAQASID AL-QUR'AN," *Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf* 9, no. 2 (September 2023): 305-318, ://etheses.iainkediri.ac.id/3315/.

Firdaus Ab Rahman, Nasiibah Ramli, dan Nurul Syahadah Mohamad Riza dalam artikel berjudul **"The Concept of *Taghyir Khalqillāh* Through Mufassirīn Perspective: An Analysis Based on Surah al-Nisā', Verse 119"** mengkaji tafsir QS. An-Nisā' ayat 119 dengan menelaah pandangan para mufassir terkait konsep perubahan ciptaan Allah. Kajian ini menunjukkan bahwa meskipun para mufasir memiliki penekanan yang beragam, ayat tersebut secara umum dipahami sebagai peringatan terhadap tindakan mengubah ciptaan Allah yang didorong oleh hawa nafsu dan penyesatan setan. Perubahan yang dimaksud tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga mencakup perubahan nilai, fitrah, serta cara pandang manusia terhadap dirinya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan QS. An-Nisā' ayat 119 sebagai dasar normatif dalam menilai praktik perubahan terhadap ciptaan Allah. Adapun perbedaannya, penelitian Mohammad Naqib Hamdan dkk. berfokus pada analisis komparatif tafsir para mufassir secara konseptual, sedangkan penelitian ini menempatkan konsep *fa layugayyirunna khalqa Allāh* dalam konteks fenomena kecantikan digital, manipulasi visual, dan krisis identitas, serta mengaitkannya dengan persoalan etika dan identitas diri di era media sosial.[5]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[5] Mohammad Naqib Hamdan, Mohd Anuar Ramli, Mohd Farhan Md Ariffin, Hussein Azeemi Abdullah Thaidi, Muhamad Firdaus Ab Rahman, Nasiibah Ramli, Nurul Syahadah Mohamad Riza, "The Concept of Taghyir Khalqillah Through Mufassirin Perspective: An Analysis Based on Surah al-Nisa', Verse 119," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 12, No. 1 (2022): 1683– 1697, ://doi.org/10.6007/IJARBSS/v12-i1/12029.

Berdasarkan uraian penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai *body image* dan krisis identitas telah banyak dibahas dari perspektif psikologi dan media digital. Sementara itu, kajian Al-Qur'an menekankan nilai penerimaan diri, kesempurnaan penciptaan manusia, serta peringatan terhadap perubahan ciptaan Allah secara berlebihan. Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara komprehensif mengintegrasikan fenomena krisis identitas akibat standar kecantikan digital dengan nilai-nilai Qur'ani, khususnya melalui kajian QS. At-Tīn ayat 4 dan QS. An-Nisā' ayat 119. Oleh karena itu, penelitian skripsi ini hadir untuk mengisi celah tersebut.

Tabel 2. 1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Identitas Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Miftahul Jannah, Minarni, dan A. Nur Aulia Saudi dalam artikel berjudul "Hubungan *Self-Esteem* dengan *Body Image* pada Remaja Wanita yang Menggunakan Filter Instagram"	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas *body image* dan melihat media digital sebagai faktor yang memengaruhi cara individu menilai dirinya sendiri. Keduanya juga menyoroti peran media sosial dalam	Perbedaan dalam penelitian ini adalah *body image* sebagai bagian dari krisis identitas yang muncul akibat tekanan standar kecantikan digital. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji fenomena tersebut dari perspektif Al-Qur'an, sehingga tidak hanya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

No.	Identitas Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		membentuk standar kecantikan yang dapat berdampak pada kondisi psikologis.	bersifat psikologis, tetapi juga normatif dan keislaman.
2.	Robertus Putra Setiawan, Diah Sofiah, dan Etik Darul Muslikah dalam artikel berjudul "*Self Esteem* pada Pengguna Filter Instagram di Kalangan Mahasiswa Perempuan Ditinjau dari Perspektif *Body Image*"	Persamaan dalam penelitian ini adalah media digital, seperti Instagram, sebagai faktor yang berpengaruh dalam pembentukan *body image* dan persepsi diri individu. Keduanya juga menyoroti bagaimana standar kecantikan di media sosial dapat memengaruhi cara seseorang menilai dirinya.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah bagian dari krisis identitas yang muncul akibat tekanan standar kecantikan digital, serta mengkajinya dari perspektif Al-Qur'an, sehingga tidak hanya membahas dampak psikologis, tetapi juga nilai dan pandangan keislaman.
3.	Jasmine Fardouly, Brydie K. Willburger, dan Lenny R. Vartanian dalam artikel berjudul "Instagram Use and Young Women's *Body Image* Concerns and *Self-Objectification*:	Persamaan dalam penelitian ini adalah menyoroti krisis identitas yang muncul akibat paparan standar visual di media digital. Keduanya melihat media sosial sebagai	Perbedaan dalam penelitian ini adalah memusatkan perhatian pada krisis identitas akibat standar kecantikan digital secara lebih luas dan mengaitkannya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH. ACHMAD SIDDIQ JEMBER

No.	Identitas Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Testing Mediational Pathways"	faktor penting yang memengaruhi cara individu memahami dan menilai dirinya sendiri.	dengan perspektif Al-Qur'an, sehingga tidak hanya melihat dampak psikologis, tetapi juga memberikan landasan nilai dan pandangan keislaman.
4.	Moch. Bashori Alwi dalam artikel berjudul "Tafsir Surat Al-Tīn dalam *Tafsir Al-Taḥrīr wa al-Tanwīr* Perspektif *Maqāṣid* Al-Qur'an"	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan QS. At-Tīn ayat 4 sebagai dasar Al-Qur'an dalam memahami nilai diri dan identitas manusia. Keduanya menekankan bahwa manusia memiliki kedudukan yang mulia dan bernilai sejak diciptakan.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah mengaitkan ayat tersebut dengan fenomena kecantikan digital, *body image*, dan krisis identitas yang muncul di era media sosial, sehingga ayat Al-Qur'an tidak hanya dipahami secara konseptual, tetapi juga diaplikasikan untuk menjawab persoalan identitas diri di kehidupan modern.
5.	Mohammad Naqib Hamdan, Mohd Anuar Ramli, Mohd Farhan Md Ariffin, Hussein Azeemi Abdullah	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan QS. An-Nisā' ayat 119 sebagai	Perbedaan dalam penelitian ini adalah mengaitkan konsep

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

No.	Identitas Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Thaidi, Muhamad Firdaus Ab Rahman, Nasiibah Ramli, dan Nurul Syahadah Mohamad Riza dalam artikel berjudul "The Concept of *Taghyir Khalqillāh* Through Mufassirīn Perspective: An Analysis Based on Surah al-Nisā', Verse 119"	dasar Al-Qur'an dalam menilai praktik perubahan terhadap ciptaan Allah. Keduanya melihat ayat ini sebagai landasan normatif untuk memahami batasan dalam memperlakukan tubuh dan identitas diri.	*taghyir khalqillāh* dengan fenomena kecantikan digital, seperti manipulasi visual di media sosial, serta melihat dampaknya terhadap krisis identitas dan etika diri di era digital.

B. Kajian Teori

1. Kecantikan Digital dan Konstruksi Penampilan

Dalam kajian psikologi media, kecantikan digital merujuk pada representasi penampilan yang dibentuk melalui media sosial, di mana citra tubuh dan wajah sering ditampilkan dalam bentuk yang telah diedit dan diidealkan, sehingga berpotensi memengaruhi persepsi individu terhadap penampilan aslinya.[6]

Fenomena kecantikan digital dalam media sosial juga dapat dijelaskan melalui teori *social comparison* yang dikemukakan oleh Festinger,

[6] Yiwen Hu, "The Impact of Social Media on Body Image," *Proceedings of ICIHCS 2025 Symposium: Integration & Boundaries: Humanities/Arts, Technology and Communication* (2025), 1, ://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.KM28553.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

sebagaimana dijelaskan oleh Nurfitriany Fakhri, yang menyatakan bahwa individu cenderung menilai dirinya dengan membandingkan kondisi diri dengan orang lain yang dianggap lebih ideal, suatu proses evaluasi diri yang merupakan dorongan naluriah dalam interaksi sosial dan dapat terjadi secara terus-menerus melalui paparan gambar dan video yang ideal di media sosial.[7]

Secara teoretis, pemahaman mengenai bagaimana penampilan fisik dikonstruksi secara sosial hingga menjadi standar ideal yang dibandingkan tersebut tidak dapat dilepaskan dari gagasan Naomi Wolf mengenai mitos kecantikan (*the beauty myth*). Dalam pandangan Wolf, standar kecantikan yang berkembang di masyarakat bukanlah suatu kebenaran biologis yang bersifat alami, melainkan sebuah konstruksi sosial-politik yang sengaja diciptakan sebagai instrumen kontrol sosial.[8] Wolf berargumen bahwa idealisme fisik yang dilekatkan pada perempuan sering kali digunakan sebagai "senjata politik" untuk mendikte ruang gerak individu dan melanggengkan standar yang bias.[9]

Lebih lanjut, Wolf menjelaskan bahwa konstruksi penampilan ini bekerja melalui penciptaan standar fisik yang mustahil untuk dicapai secara nyata. Kondisi ini disebutnya sebagai sebuah "halusinasi modern," di mana individu secara psikologis digiring untuk merasa gagal apabila tidak mampu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[7] Nurfitriany Fakhri, "KONSEP DASAR DAN IMPLIKASI TEORI PERBANDINGAN SOSIAL," *Jurnal Psikologi Talenta* 3, no. 1 (September 2017), ://doi.org/10.26858/talenta.v3i1.13066.

[8] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (London: Vintage, 1991), 12.

[9] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (London: Vintage, 1991), 12.

memenuhi kriteria fisik yang telah distandarisasi tersebut.[10] Industri media dan kapitalisme kecantikan secara konstan memproduksi citra ideal yang artifisial, yang secara sengaja memelihara rasa cemas pada diri individu. Melalui mekanisme inilah, kecantikan beralih fungsi menjadi sebuah sistem nilai buatan yang memaksa individu untuk terus-menerus mengevaluasi dan memanipulasi penampilan fisik mereka demi mendapatkan pengakuan.

Mekanisme kontrol sosial ini bekerja secara masif melalui reproduksi citra visual buatan. Wolf secara spesifik mengkritik bagaimana teknologi konsumen menciptakan lingkaran setan refleksi ganda (*a closed circuit of double-takes*), di mana seorang individu dipaksa melihat citra visual artifisial yang dikonstruksi oleh industri, membandingkannya dengan wajah aslinya di cermin, untuk kemudian kembali terobsesi pada citra artifisial tersebut.[11] Ketika konsep ini ditarik ke era kontemporer, lingkaran setan tersebut termanifestasi secara nyata melalui fitur manipulasi wajah (*beautification filters*) di media sosial. Individu tidak lagi sekadar membandingkan diri dengan orang lain, melainkan terperangkap dalam tuntutan untuk menyelaraskan wajah nyata mereka dengan "wajah digital" hasil modifikasi teknologi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Paparan tampilan visual tersebut kemudian memengaruhi *body image*, yaitu cara seseorang memandang dan menilai tubuh serta wajahnya sendiri. Ketika terbiasa melihat wajah yang telah difilter, sebagian individu mulai

[10] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (London: Vintage, 1991), 15.

[11] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (London: Vintage, 1991), 107.

merasa kurang percaya diri dengan penampilan aslinya. Kondisi ini tidak hanya berpengaruh pada penerimaan diri, tetapi juga pada pembentukan identitas diri. Oleh karena itu, pembahasan kecantikan digital menjadi penting untuk memahami bagaimana teknologi membentuk persepsi terhadap penampilan dan jati diri seseorang.

2. Krisis Identitas

Krisis identitas merupakan kondisi ketika individu mengalami kebingungan dalam memahami siapa dirinya serta bagaimana ia menampilkan diri di hadapan orang lain. Ketidakmampuan dalam menyelaraskan persepsi internal tentang diri dengan ekspektasi eksternal dari lingkungan sosial sering kali memicu konflik batin yang mendalam pada diri individu.

Erik Erikson mengemukakan bahwa kata "krisis" pada dasarnya tidak lagi diartikan sebagai sebuah malapetaka (*impending catastrophe*), melainkan sebuah titik balik yang mutlak (*a necessary turning point*) dan momen krusial dalam perkembangan individu. Pada fase ini, individu akan mengerahkan segala sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai pertumbuhan, pemulihan, serta pembedaan diri yang lebih lanjut (*marshaling resources of growth, recovery, and further differentiation*).[12] Namun, krisis ini dapat berkembang menjadi kebingungan identitas (*identity confusion*) ketika individu kehilangan rasa kesinambungan diri (*personal sameness*)

[12] Erik H. Erikson, *Identity: Youth and Crisis* (New York: W. W. Norton & Company, 1994), 16.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

serta mengalami konflik batin yang mendalam.[13] Erikson juga menegaskan bahwa krisis identitas ini merupakan bagian normatif yang dialami oleh individu pada masa remaja hingga dewasa muda (*adolescence and young adulthood*).

3. Pendekatan Tafsir *Maqāṣidī* Abdul Mustaqim

Secara epistemologis, tafsir *maqāṣidī* merupakan suatu pendekatan penafsiran Al-Qur'an yang tidak sekadar terpaku pada struktur makna tekstual-literal, melainkan berupaya melacak dimensi maksud, tujuan pokok (*maqāṣid*), serta hikmah substantif yang terkandung di balik teks wahyu. Pendekatan ini menekankan signifikansi penggalian nilai-nilai universal Al-Qur'an agar pesan-pesan teologis di dalamnya senantiasa aktual dan responsif dalam mengintervensi serta menjawab problem kemanusiaan yang terus berkembang.[14]

Menurut Abdul Mustaqim, eksistensi tafsir *maqāṣidī* hadir sebagai tawaran metodologis yang moderat (*tawassuṭ*) guna menjembatani dua kutub ekstrem dalam studi Al-Qur'an: kelompok tekstualis-skripturalistik yang cenderung kaku dan ahistoris, serta kelompok liberal-kontekstualis yang terlampau longgar hingga berisiko mengabaikan sakralitas serta batasan otentik wahyu. Pendekatan ini secara proporsional menggabungkan aspek

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[13] Erik H. Erikson, *Identity: Youth and Crisis* (New York: W. W. Norton & Company, 1994), 17.

[14] Abdul Mustaqim, *Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqāṣidī sebagai Basis Moderasi Islam*, Pidato Pengukuhan Guru Besar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, 7-11.

teks dan konteks agar produk penafsiran tetap berdiri tegak di atas pondasi wahyu sekaligus adaptif terhadap gerak zaman.[15]

Dalam konstruksi pemikirannya, Abdul Mustaqim menegaskan bahwa seorang mufasir tidak boleh terjebak pada bunyi literal teks semata. Makna suatu ayat mustahil dapat diartikulasikan secara utuh tanpa melibatkan pertimbangan ruang sosio-historis yang melatarbelakanginya. Sebagai kalam Allah, Al-Qur'an merupakan wujud komunikasi ilahiah yang diorientasikan pada ruang sosial tertentu; oleh sebab itu, analisis terhadap konteks historis (*asbāb al-nuzūl*) maupun pembacaan atas realitas kontemporer (*fahm al-wāqi'*) menjadi pilar yang tidak terpisahkan. Melalui penalaran berbasis *maqāṣid* inilah, inti sari dan semangat moral paling mendasar yang menghidupkan Al-Qur'an dapat dibongkar secara menyeluruh.[16]

Lebih lanjut, Abdul Mustaqim mengusung paradigma integratif-interkonektif sebagai pisau analisis dalam operasionalisasi tafsir *maqāṣidī*. Paradigma ini meniscayakan adanya dialog dialogis dan interdisipliner antara studi tafsir Al-Qur'an dengan disiplin ilmu modern seperti ilmu sosial, humaniora, dan sains. Melalui model integrasi ini, kajian tafsir bertransformasi dari yang semula bercorak linguistik-normatif murni menjadi lebih kaya, dengan turut mempertimbangkan dimensi psikologis, kultural, serta kemanusiaan dalam membedah problem modernitas.[17]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[15] Abdul Mustaqim, *Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqāṣidī sebagai Basis Moderasi Islam*, Pidato Pengukuhan Guru Besar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, 7-11.

[16] Abdul Mustaqim, *Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqāṣidī sebagai Basis Moderasi Islam*, Pidato Pengukuhan Guru Besar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, 18-21.

[17] Abdul Mustaqim, *Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqāṣidī sebagai Basis Moderasi Islam*, Pidato Pengukuhan Guru Besar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, 27-28.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tafsir *maqāṣidī* Abdul Mustaqim diposisikan sebagai kerangka teoretis sekaligus metodologis untuk menganalisis fenomena kecantikan digital (*digital beauty*) yang berimplikasi pada krisis identitas diri. Fenomena kecantikan digital tidak dipandang secara sederhana sebagai pergeseran visual akibat manipulasi teknologi filter semata, melainkan dibaca sebagai realitas sosial kompleks yang merubah persepsi psikologis individu terhadap keaslian dirinya. Demi menghasilkan analisis yang utuh, penelitian interdisipliner ini menginterkoneksikan pemikiran tafsir *maqāṣidī* dengan teori psikologi perkembangan identitas guna membedah dinamika krisis identitas yang dialami individu di tengah kepungan standar kecantikan artifisial.

Metodologi Tafsir *maqāṣidīMaqāṣidī* yang dirumuskan oleh Abdul Mustaqim mengonsepkan sebuah paradigma penafsiran yang integratif dan kontekstual. Di dalam aplikasinya, bangunan metodologi ini menekankan bahwa analisis terhadap teks Al-Qur'an wajib dijalankan dengan senantiasa menjaga dan mempertimbangkan aspek serta fitur linguistik bahasa Arab melalui pendekatan semantik maupun analisis kebahasaan lainnya, sekaligus mengaitkannya secara ketat dengan konteks historis berupa *asbāb al-nuzūl* serta keserasian ayat (*munāsabah*). Penafsiran tersebut tidak dirancang untuk berdiri sendiri, melainkan harus diinterkoneksikan secara dialektis dengan teori-teori ilmu sosial-humaniora modern melalui paradigma integratif-interkonektif (*manhaj al-takâmul wal izdiwâj*) guna membaca ketegangan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

antara konteks teks masa lalu (*qadîm*) dan realitas sosial masa sekarang (*jadîd*).

Melalui jembatan dialektika keilmuan tersebut, orientasi penafsiran diarahkan untuk mengumpulkan ayat-ayat setema demi menemukan substansi nilai atau tujuan pokok (*maqāṣid*), baik yang bersifat umum (*kulliyah*) maupun khusus (*juziyyah*), yang meliputi dimensi kemaslahatan pribadi (*ishlâh al-fard*), sosial-lokal, hingga universal yang berkaitan dengan eksistensi manusia. Pada puncaknya, metodologi ini dioperasikan melalui prinsip *maqāṣid* al-Syari'ah untuk merealisasikan kemaslahatan dan mengeliminasi kerusakan (*jalb al-mashâlih wa dar'u al-mafâsid*). Manifestasi kemaslahatan tersebut ditinjau dari dua sudut pandang, yakni yang bersifat protektif (*Min ḥaiṡu al-'adam*) untuk mengeliminasi dampak negatif atau kerusakan realitas, serta produktif (*Min ḥaiṡu al-wujūd*) guna memproduksi nilai-nilai universal yang humanis, transformatif, dan solutif.[18]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[18] Abdul Mustaqim, *Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqāṣidī sebagai Basis Moderasi Islam*, Pidato Pengukuhan Guru Besar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, 35-40.

BAB III

METODE PENELITIAN

Berikut merupakan serangkaian metode yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian atas beberapa poin masalah yang di uraikan pada bab sebelumnya.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model deskriptif-analitis untuk mengkaji dan menganalisis makna teks Al-Qur'an serta konsep-konsep psikologi yang berkaitan dengan *body image*, identitas diri, dan krisis identitas dalam konteks kecantikan digital. Pendekatan ini digunakan untuk memahami fenomena yang dikaji secara mendalam melalui penafsiran dan pemaknaan terhadap sumber-sumber tertulis. Pendekatan ini juga dipadukan dengan metode penafsiran tematik (*Mauḍū'ī*), yaitu dengan mengkaji ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan dengan tema identitas diri dan kecantikan digital secara kontekstual dan sistematis. Dalam menganalisis ayat-ayat tersebut, skripsi ini menggunakan pendekatan *maqāṣidī* menurut Abdul Mustaqim yang menekankan pemahaman tujuan ayat, nilai kemanusiaan, dan kemaslahatan dalam konteks fenomena kontemporer.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*), karena objek kajian berupa teks, yaitu QS At-Tin:4 dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

QS An-Nisa:119, serta berbagai sumber tertulis lainnya seperti kitab tafsir, buku psikologi, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber akademik dari media cetak maupun digital. Melalui penelitian kepustakaan, peneliti menelaah dan menganalisis data secara sistematis guna memahami nilai-nilai Qur'ani dalam konteks pembahasan penelitian ini.

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam skripsi ini dilakukan melalui studi kepustakaan dengan cara mencari, membaca, dan menghimpun berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik skripsi. Pengumpulan data dimulai dengan menelusuri ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan topik, kemudian dilanjutkan dengan menelaah penafsiran para mufasir melalui kitab-kitab tafsir sebagai bahan pendukung dalam memahami ayat-ayat yang dikaji.

Selain itu, peneliti juga mengumpulkan literatur dari bidang psikologi yang membahas *body image*, identitas diri, dan krisis identitas, serta tulisan ilmiah yang menyoroti fenomena kecantikan digital. Sumber data diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan repositori digital yang dapat dipertanggungjawabkan. Seluruh data yang diperoleh kemudian diseleksi dan disesuaikan dengan kebutuhan skripsi agar mendukung pembahasan mengenai keterkaitan ayat-ayat Al-Qur'an dengan fenomena kecantikan digital dan krisis identitas yang muncul.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

C. Sumber Data

Sumber data dalam skripsi ini bersifat kepustakaan (*library research*), sehingga memerlukan berbagai referensi tertulis yang relevan dengan fokus kajian. Skripsi ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

   Dalam penelitian ini adalah Al-Qur'an, yang dijadikan sebagai rujukan utama dalam menganalisis konsep identitas diri dan penyimpangan fitrah manusia dalam konteks kecantikan digital. Ayat-ayat yang dikaji dipilih sesuai dengan fokus penelitian, khususnya QS. At-Tīn: 4 yang menegaskan nilai dan kemuliaan manusia sebagai ciptaan terbaik, serta QS. An-Nisā': 119 yang berkaitan dengan perubahan ciptaan Allah (*taghyiru khalqillāh*). Selain itu, QS. Al-Ḥashr: 19 digunakan sebagai ayat pendukung untuk memperkuat analisis mengenai krisis identitas dan hilangnya kesadaran diri. Analisis terhadap ayat-ayat tersebut dilakukan melalui penafsiran para mufasir dengan menekankan pemaknaan istilah-istilah penting yang berkaitan dengan tema identitas diri, fitrah manusia, dan perubahan diri.

2. Adapun Sumber Data Sekunder

   Meliputi buku-buku tafsir, literatur psikologi, serta artikel dan jurnal ilmiah yang membahas *body image*, krisis identitas, media digital, dan standar kecantikan modern. Referensi-referensi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

tersebut digunakan untuk mendukung, memperluas, dan memperdalam analisis terhadap data primer agar hasil skripsi lebih komprehensif dan sistematis.

D. Analisis Data

Analisis data dalam skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menitikberatkan pada pemahaman dan penafsiran terhadap data yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka. Data yang terkumpul dipelajari secara teliti, kemudian dikelompokkan berdasarkan tema skripsi, seperti pemaknaan QS. At-Tīn:4, QS. An-Nisā':119, serta pembahasan mengenai *body image*, krisis identitas dan fenomena manipulasi kecantikan digital menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*).

Secara operasional, peneliti menerapkan prinsip-prinsip metodologi Tafsir *Maqāṣidī* Abdul Mustaqim melalui tahapan tindakan sebagai berikut:

Langkah awal yang ditempuh peneliti adalah melakukan analisis tekstual terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang telah ditentukan. Pada tahap ini, peneliti mengkaji teks dengan senantiasa menjaga aspek kebahasaan melalui pendekatan semantik, sekaligus mengaitkannya dengan konteks historis (*asbāb al-nuzūl*) serta keserasian ayat (*munāsabah*) untuk menangkap makna dasar teks. Selanjutnya, peneliti mengaitkan hasil penafsiran tersebut dengan teori psikologi sosial melalui paradigma integratif-interkonektif (*manhaj al-takâmul wal izdiwâj*) guna membaca dialektika antara teks masa lalu (*qadîm*) dan realitas krisis identitas serta konstruksi kecantikan digital masa kini (*jadîd*).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Melalui jembatan dialektika tersebut, peneliti mengklasifikasikan substansi nilai atau tujuan pokok (*maqāṣid*) dari teks ayat-ayat setema yang dikaji, baik yang bersifat umum (*kulliyah*) maupun khusus (*juziyyah*), yang meliputi dimensi kemaslahatan pribadi (*ishlâh al-fard*), sosial-lokal, hingga universal. Pada tahap akhir, peneliti mengoperasikan prinsip *maqāṣid* al-Syariah untuk merumuskan kontekstualisasi ayat yang berorientasi pada realisasi kemaslahatan dan eliminasi kerusakan (*Jalb al-maṣāliḥ wa dar'u al-mafāsid*). Analisis ini difokuskan untuk menghasilkan dimensi *maqāṣid* yang bersifat protektif (*min ḥaiṡu al-'adam*) terhadap dampak psikososial era digital sekaligus produktif (*min ḥaiṡu al-wujūd*) dalam merekonstruksi nilai-nilai Qur'ani sebagai landasan resiliensi psikologis yang humanis, transformatif, dan solutif sehingga kesimpulan penelitian dapat disusun secara sistematis.[1]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[1] Abdul Mustaqim, *Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqāṣidī sebagai Basis Moderasi Islam*, Pidato Pengukuhan Guru Besar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, 35-40.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Fenomena Kecantikan Digital dan Krisis Identitas

Fenomena kecantikan digital di media sosial memungkinkan individu memodifikasi penampilan melalui aplikasi pengeditan, filter wajah, dan fitur *beautification* demi memenuhi standar ideal masyarakat. Platform seperti Instagram dan TikTok menyediakan fitur yang dapat mengubah warna kulit, memperhalus tekstur, hingga meniruskan wajah untuk menciptakan representasi visual yang sempurna. Kehadiran manipulasi digital ini secara tidak langsung membentuk standar kecantikan baru yang tidak realistis, sehingga individu cenderung menilai kecantikan hanya berdasarkan tampilan visual yang disesuaikan dengan tren media sosial yang populer.

Dalam kondisi ini, kecantikan tidak lagi dipahami sebagai sesuatu yang alami dan apa adanya, melainkan sebagai hasil konstruksi digital yang dapat dibentuk, dimodifikasi, dan disesuaikan dengan standar visual tertentu di media sosial. Paparan terhadap citra digital yang ideal secara terus-menerus juga dapat mendorong individu melakukan perbandingan sosial terhadap penampilannya sendiri sehingga memengaruhi persepsi terhadap

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

body image, rasa percaya diri, serta cara individu menilai dan merepresentasikan dirinya di ruang digital.[1]

Media sosial memperkuat fenomena ini melalui penyebaran konten visual ideal secara terus-menerus, yang membentuk persepsi masyarakat tentang standar kecantikan dan mendorong individu mengikutinya demi pengakuan sosial. Hal ini berkaitan dengan kecenderungan individu untuk menampilkan versi terbaik dirinya menggunakan filter dan pengeditan demi membangun citra diri yang menarik. Namun, upaya tersebut dapat menimbulkan jarak antara penampilan asli dengan identitas digital yang ditampilkan, sehingga berpotensi memengaruhi cara individu memandang dirinya sendiri.

Jarak atau kesenjangan inilah yang di dalam psikologi sosial disebut sebagai disonansi kognitif dari Festinger. Menurut Sarwono, disonansi terjadi ketika ada hubungan yang tidak pas (*nonfitting relations*) antara elemen-elemen kognitif individu, yaitu segala bentuk pengetahuan, keyakinan, atau kesadaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri. Dalam hal ini, terjadi benturan antara apa yang ia ketahui tentang kenyataan (realitas) fisik dirinya dengan apa yang ia tampilkan di dunia maya.

Dalam tren manipulasi kecantikan digital, disonansi ini muncul akibat adanya inkonsistensi logis, yaitu ketidakcocokan yang bertolak belakang secara logika. Secara penalaran logis, ada kontras yang tidak

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[1] Zurrotin Nabila dan Lailatul Muarofah Hanim, "The Power of Beauty Filters: How Does It Impacts Body Image?," *Procedia of Social Sciences and Humanities* (2024): 488–489, https://doi.org/10.21070/pssh.v6i.674.

masuk akal antara kondisi fisik asli individu yang penuh kekurangan dengan citra visual sempurna yang dimanipulasi oleh teknologi. Ketika realitas diri dan identitas maya ini tidak sejalan (disonan), individu akan merasakan ketegangan batin yang tidak nyaman. Tekanan psikologis inilah yang pada akhirnya memicu krisis identitas dan membuat mereka menilai diri sendiri secara negatif.[2]

Media sosial menjadi sarana utama dalam penyebaran standar kecantikan ideal melalui berbagai konten visual yang menampilkan karakteristik fisik tertentu sebagai ukuran kecantikan. Standar kecantikan tersebut umumnya digambarkan melalui ciri-ciri seperti kulit putih, tubuh langsing, wajah mulus, dan penampilan yang dianggap sempurna.[3] Paparan terhadap konten semacam ini yang berlangsung secara terus-menerus membentuk persepsi masyarakat mengenai standar kecantikan yang ideal dan perlu dicapai.

Penggunaan filter dan pengeditan digital di media sosial turut memperkuat konstruksi kecantikan yang tidak realistis. Individu menjadi terbiasa melihat representasi tubuh yang telah dimodifikasi secara visual, sehingga secara perlahan menjadikan standar tersebut sebagai acuan dalam menilai dirinya sendiri. Kondisi ini menyebabkan individu lebih mudah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

---

[2] Sarlito Wirawan Sarwono, *Teori-teori Psikologi Sosial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 115.

[3] Syahallah Chinta W., Afina Ghassani D.H., dan Maria Lidwina A., "Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia," *Prosiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya* (2023): 1441, https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Dampak+Standar+Kecantikan+Bagi+Perempuan+di+Indonesia+Syahallah+Chinta+W1+%2C+Afina+Ghassani+D.H2+%2C+Maria+Lidwina+A.&btnG=#d=gs_qabs&t=1783303697497&u=%23p%3DmwQjVrKi09IJ.

terdorong untuk mengikuti standar kecantikan yang berkembang di media sosial demi memperoleh penerimaan sosial dan pengakuan dari lingkungan digital.[4]

Paparan standar kecantikan di media sosial mendorong individu mengamati dan meniru penampilan ideal seperti bentuk tubuh, gaya riasan, hingga tren berpakaian dari figur publik atau pengguna lain demi terlihat menarik. Peniruan ini dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari penggunaan produk perawatan tertentu hingga manipulasi visual menggunakan filter sebelum diunggah ke dunia maya. Fenomena ini membuktikan bahwa media sosial tidak sekadar menjadi sarana hiburan, melainkan telah bertindak sebagai agen sosialisasi yang secara nyata membentuk pola perilaku, cara berpikir, dan cara pandang individu terhadap standar tubuh yang ideal.

Konten visual yang ditampilkan secara terus-menerus di media sosial mendorong individu untuk melakukan perbandingan sosial terhadap penampilannya dengan orang lain yang dianggap lebih menarik dan sesuai dengan standar kecantikan populer. Dalam kondisi tersebut, individu cenderung terdorong untuk menampilkan versi terbaik dirinya di ruang digital agar memperoleh pengakuan sosial dalam bentuk perhatian, komentar, maupun apresiasi dari pengguna lain. Akibatnya, media sosial

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[4] Syahallah Chinta W., Afina Ghassani D.H., dan Maria Lidwina A., "Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia," *Prosiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya* (2023): 1443–1445, https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Dampak+Standar+Kecantikan+Bagi+Perempuan+di+Indonesia+Syahallah+Chinta+W1+%2C+Afina+Ghassani+D.H2+%2C+Maria+Lidwina+A.&btnG=#d=gs_qabs&t=1783303697497&u=%23p%3DmwQjVrKi09IJ.

secara tidak langsung memengaruhi cara individu memandang, menilai, dan merepresentasikan dirinya sendiri, khususnya terkait penampilan fisik dan *body image.*[5]

Perkembangan fitur filter dan aplikasi pengeditan di media sosial kini digunakan individu untuk memodifikasi penampilan fisik demi menyesuaikan diri dengan standar kecantikan ideal. Namun penggunaan teknologi ini secara terus-menerus membuat individu lebih terbiasa melihat versi digital dirinya yang sempurna dibandingkan penampilan aslinya. Akibatnya, muncul kesenjangan antara identitas nyata dan identitas digital, yang memicu perasaan bahwa penampilan asli mereka kurang menarik dan tidak memenuhi standar yang diinginkan.

Kondisi tersebut mendorong individu membangun identitas digital di media sosial dengan cenderung hanya menampilkan sisi terbaik mereka demi mendapatkan perhatian dan pengakuan sosial. Penggunaan filter dan modifikasi visual yang intensif membuat identitas digital ini sering kali tidak mencerminkan realitas yang sebenarnya. Akibatnya, individu mulai memisahkan dan membedakan antara penampilan asli mereka di dunia nyata dengan citra diri artifisial yang mereka bangun di ruang virtual.

Dalam proses pembentukan identitas digital tersebut, individu juga cenderung melakukan perbandingan sosial (*social comparison*). Perbandingan sosial merupakan kecenderungan individu untuk menilai

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[5] M. Lathief Syaifussalam et al., "Reflections of Self: How Social Media Shapes Teen Body Image," *International Journal of Contemporary Sciences (IJCS)* 1, No. 12 (2024): 935–937, https://doi.org/10.55927/ijcs.v1i12.12041.

dirinya dengan membandingkan diri dengan orang lain. Menurut Festinger, individu menjadikan orang lain sebagai acuan ketika tidak memiliki standar objektif dalam menilai dirinya sendiri.[6] Perbandingan sosial dapat terjadi dalam bentuk *upward comparison* (membandingkan diri dengan individu yang dianggap lebih unggul) dan *downward comparison* (membandingkan diri dengan individu yang dianggap berada di bawah).

Dalam konteks media sosial, paparan terus-menerus terhadap representasi kecantikan yang dikonstruksi secara digital seperti tubuh langsing, kulit cerah, dan wajah simetris telah membentuk standar tubuh ideal di masyarakat. Kondisi ini mendorong individu untuk melakukan *upward comparison*, yaitu membandingkan penampilan mereka dengan citra ideal orang lain yang dianggap lebih sempurna. Akibatnya, standar artifisial tersebut dijadikan ukuran dalam menilai diri sendiri, yang berpotensi memicu ketidakpuasan terhadap penampilan fisik asli mereka.

Paparan standar tubuh ideal yang tidak realistis di media sosial memaksa individu menyesuaikan penampilan mereka, yang sering kali berujung pada tekanan psikologis akibat kegagalan memenuhi standar manipulasi digital tersebut. Meskipun demikian, individu tetap terdorong untuk mengejarnya karena daya tarik fisik terbukti memberikan keuntungan psikososial yang signifikan dalam interaksi sosial, seperti memperoleh perlakuan istimewa dari lingkungan, meningkatkan harga diri, membentuk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[6] Adnan Achiruddin Saleh, *Psikologi Sosial*, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, (2020), 78–79.

keterampilan sosial yang baik, hingga menumbuhkan sikap berani dan percaya diri sejak usia dini.

Namun, penilaian berbasis visual ini sering kali bias, subjektif, dan memicu distorsi evaluasi diri. Ketika seseorang terlalu terobsesi mengejar validasi positif lingkungan demi memenuhi ekspektasi tersebut, hal itu rentan memicu kecemasan konstan, frustrasi, kebiasaan membandingkan diri yang merugikan, serta kegagalan dalam melakukan penerimaan diri secara utuh. Terlebih lagi, adanya perbedaan persepsi standar ketertarikan antara laki-laki dan perempuan dapat memperparah tekanan psikologis ini jika dinilai secara berlebihan.[7]

Tekanan tersebut kemudian dapat memengaruhi terbentuknya citra tubuh *(body image)* negatif. Citra tubuh negatif merupakan kondisi ketika individu memiliki penilaian yang rendah terhadap tubuh dan penampilan fisiknya. Kondisi ini muncul akibat adanya ketidaksesuaian antara tubuh yang dimiliki dengan standar tubuh ideal yang diinginkan. Individu yang memiliki citra tubuh (*body image)* negatif cenderung merasa tidak puas terhadap bentuk tubuhnya, sulit menerima kondisi fisiknya, serta lebih mudah menilai dirinya secara negatif.[8]

Dalam konteks media sosial, citra tubuh (*body image)* negatif dapat terbentuk karena individu sering membandingkan citra tubuhnya dengan orang lain. Semakin sering individu melakukan perbandingan sosial

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[7] Syatria Adymas Pranajaya et al., *Psikologi Sosial: Konsep dan Implementasi* (Padang: Get Press Indonesia, 2023), 143-144.

[8] C. Nurrahim dan R. Pranata, "Self Body Image pada Remaja," *Jurnal Pendidikan Kesehatan Rekreasi* 10, no. 1 (2024): 68–69, https://doi.org/10.59672/jpkr.v10i1.3412.

terhadap standar kecantikan yang dianggap ideal, maka semakin besar kemungkinan munculnya ketidaknyamanan dan ketidakpuasan terhadap tubuhnya sendiri.[9] Kondisi ini menyebabkan individu merasa bahwa penampilan fisiknya tidak sesuai dengan standar kecantikan yang berkembang di media sosial.

Perasaan tersebut kemudian berkembang menjadi ketidakpuasan terhadap tubuh (*body dissatisfaction*). Ketidakpuasan terhadap tubuh merupakan kondisi ketika individu merasa tidak puas terhadap bentuk maupun penampilan tubuh yang dimilikinya. Kondisi ini muncul akibat adanya perbedaan antara tubuh aktual dengan standar tubuh ideal yang diharapkan. Individu yang mengalami ketidakpuasan terhadap tubuh (*body dissatisfaction*) cenderung lebih sering mengevaluasi penampilannya secara negatif serta merasa bahwa tubuhnya belum sesuai dengan standar kecantikan yang berkembang di masyarakat.[10]

Dalam konteks media sosial, ketidakpuasan terhadap tubuh dapat dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Paparan terhadap foto dan video yang menampilkan tubuh ideal mendorong individu untuk terus membandingkan dirinya dengan orang lain. Semakin sering individu melakukan perbandingan sosial, maka semakin besar

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[9] C. Nurrahim dan R. Pranata, "Self Body Image pada Remaja," *Jurnal Pendidikan Kesehatan Rekreasi* 10, no. 1 (2024): 70, https://doi.org/10.59672/jpkr.v10i1.3412.

[10] Salma Maimunah, "Hubungan Media Sosial dengan *Body Dissatisfaction* pada Mahasiswa Perempuan di Kota Surabaya," *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8, no. 2 (2021): 230–231, https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i2.41197.

kecenderungan munculnya rasa tidak puas terhadap tubuhnya sendiri.[11] Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi negatif terhadap tubuh, terutama ketika individu terlalu fokus pada standar kecantikan yang ditampilkan secara digital.

Ketidakpuasan terhadap tubuh yang berlangsung secara terus-menerus dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri (*self-esteem*) individu. Individu yang terlalu sering melakukan perbandingan sosial cenderung merasa bahwa dirinya kurang menarik dibandingkan orang lain, sehingga memunculkan perasaan rendah diri dan kurang percaya diri. Kondisi ini semakin kuat ketika individu menggantungkan penilaian dirinya pada respons sosial, seperti jumlah *likes*, komentar, dan pengakuan dari pengguna media sosial lainnya.[12]

Dalam konteks media sosial, penggunaan platform digital yang intens juga berkaitan dengan penurunan *self-esteem*. Semakin sering individu terpapar pada representasi diri orang lain yang terlihat lebih ideal, maka semakin besar kemungkinan munculnya penilaian negatif terhadap dirinya sendiri.[13] Akibatnya, individu menjadi lebih mudah merasa

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[11] Salma Maimunah, "Hubungan Media Sosial dengan Body Dissatisfaction pada Mahasiswa Perempuan di Kota Surabaya," *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8, no. 2 (2021): 229–233, https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i2.41197.

[12] Amanda Novita Larasati dan Hotpascaman Simbolon, "Hubungan antara Self-Comparison dan Self-Esteem pada Remaja Perempuan Pengguna Media Sosial," *JIPSI (Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial)* 5, no. 1 (2026): 52–53, https://doi.org/10.58540/jipsi.v5i1.1442.

[13] Amanda Novita Larasati dan Hotpascaman Simbolon, "Hubungan antara Self-Comparison dan Self-Esteem pada Remaja Perempuan Pengguna Media Sosial," *JIPSI (Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial)* 5, no. 1 (2026): 58–59, https://doi.org/10.58540/jipsi.v5i1.1442.

insecure, kurang menghargai dirinya, serta bergantung pada validasi eksternal dalam membentuk rasa percaya diri.

Media sosial mendorong individu menjadikan validasi sosial seperti *likes*, komentar, dan jumlah pengikut sebagai ukuran dalam menilai diri sendiri, di mana respons positif meningkatkan rasa percaya diri sedangkan respons negatif memicu rasa tidak aman. Ketergantungan ini membuat individu terlalu fokus pada penilaian eksternal dan berusaha menampilkan citra digital semenarik mungkin demi pengakuan kelompok. Akibatnya, penghargaan terhadap diri tidak lagi bersifat internal, melainkan sepenuhnya bergantung pada respons dari lingkungan digital.

Dalam jangka panjang, fenomena kecantikan digital dapat menyebabkan individu mengalami krisis identitas. Kondisi ini terjadi ketika individu mengalami kebingungan dalam memahami dan menerima dirinya sendiri akibat adanya perbedaan antara identitas nyata dengan identitas digital yang ditampilkan di media sosial. Individu menjadi lebih terbiasa menampilkan versi ideal dirinya dibandingkan menerima kondisi dirinya yang sebenarnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Untuk menghadapi ketegangan dan kecemasan akibat ketidakmampuan menerima diri ini, ego individu secara tidak sadar akan melakukan gerakan penyelamatan yang disebut pertahanan ego (*ego defense*). Menurut Sarwono, pertahanan ego ini memiliki ciri utama berupa kecenderungan untuk mengabaikan atau mengacaukan realitas, serta bekerja pada taraf ketidaksadaran.

Dalam tren kecantikan digital, mekanisme ini bekerja ketika individu mengacaukan kenyataan dengan cara tidak mengakui atau menyembunyikan kondisi fisik aslinya yang penuh kekurangan, padahal penampilan fisik yang asli itu nyata apa adanya. Mereka secara tidak sadar melarikan diri ke dalam identitas visual artifisial, yaitu tampilan wajah buatan yang tampak sempurna hasil ciptaan filter media sosial demi melindungi diri dari kecemasan sosial dan rasa rendah diri.[14]

Kondisi tersebut sejalan dengan konsep *identity confusion* yang dikemukakan oleh Erik Erikson, yaitu keadaan ketika individu tidak mampu membentuk gambaran diri yang jelas dan konsisten sehingga mengalami kebingungan dalam menentukan jati dirinya.[15] Dalam perkembangan identitas, individu membentuk pemahaman tentang dirinya melalui proses interaksi sosial dan penyesuaian terhadap lingkungan. Oleh karena itu, paparan standar kecantikan digital serta tuntutan sosial di media sosial dapat memengaruhi cara individu memandang dan membentuk identitas dirinya.

Selain itu, pembentukan identitas juga dipengaruhi oleh proses penyesuaian diri terhadap standar dan lingkungan sosial. Individu yang terlalu bergantung pada penilaian eksternal cenderung lebih mudah mengalami kebingungan identitas karena penilaian terhadap dirinya tidak

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[14] Sarlito Wirawan Sarwono, *Teori-teori Psikologi Sosial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 126-127.

[15] Seth J. Schwartz, "The Evolution of Eriksonian and Neo-Eriksonian Identity Theory and Research: A Review and Integration," *Identity: An International Journal of Theory and Research* 1, no. 1 (2001): 9–10, https://doi.org/10.1207/S1532706XSCHWARTZ.

lagi didasarkan pada penerimaan diri secara internal, melainkan pada pengakuan sosial dari lingkungan digital.[16]

Dalam konteks kecantikan digital, krisis identitas dapat terlihat melalui munculnya rasa *insecure*, rendah diri, kecemasan terhadap penampilan, serta ketergantungan pada validasi sosial di media sosial. Individu juga cenderung lebih nyaman menampilkan identitas digital dibandingkan kondisi dirinya yang sebenarnya. Akibatnya, individu mengalami kebingungan dalam memahami jati dirinya karena penilaian terhadap diri lebih dipengaruhi oleh standar dan pengakuan sosial dari lingkungan digital.

Ketergantungan psikologis terhadap validasi sosial dan identitas digital ini menunjukkan bahwa "mitos kecantikan" di era modern telah mencapai tingkat manipulasi yang sangat ekstrem. Jika pada beberapa dekade lalu Naomi Wolf melihat majalah mode dan televisi sebagai agen utama penyebar mitos kecantikan, maka di era kontemporer, algoritma media sosial dan aplikasi penyunting foto telah mengambil alih peran tersebut sebagai instrumen kontrol sosial yang baru. Mengacu pada pandangan Wolf, kecantikan dikonstruksi secara sengaja sebagai sebuah sistem nilai artifisial yang menekan psikis individu.[17]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[16] Seth J. Schwartz, "The Evolution of Eriksonian and Neo-Eriksonian Identity Theory and Research: A Review and Integration," *Identity: An International Journal of Theory and Research* 1, no. 1 (2001): 22–24, https://doi.org/10.1207/S1532706XSCHWARTZ.

[17] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Wome*n (London: Vintage, 1991), 12.

Fenomena kecemasan dan kebingungan jati diri yang dialami individu dalam mengejar standar digital ini dapat dibedah lebih dalam menggunakan analisis Wolf mengenai sifat standar fisik ideal yang selalu bergeser. Wolf menegaskan bahwa, "*Every generation of women has been forced to face a different physical ideal. The standard changes because it has to change, to ensure that women will go on failing.*"[18] Dalam konteks siber, esensi kalimat ini terbukti secara nyata lewat tren kecantikan visual di media sosial yang terus berubah secara dinamis, didorong oleh kemunculan filter-filter wajah baru. Standar tersebut sengaja dikonstruksi agar individu selalu merasa "gagal" dan "kurang" ketika berkaca melihat wajah asli mereka di dunia nyata.

Kebingungan terhadap jati diri tersebut dapat terlihat ketika individu mulai sulit menerima dan mengenali dirinya secara utuh. Individu merasa lebih percaya diri ketika menggunakan filter atau menampilkan citra digital tertentu dibandingkan saat berada dalam kondisi aslinya. Selain itu, individu juga cenderung membangun penilaian terhadap dirinya berdasarkan respons orang lain di media sosial. Kondisi ini menyebabkan individu kehilangan pemahaman mengenai identitas dirinya yang sebenarnya karena gambaran diri yang dimiliki lebih banyak dibentuk oleh tuntutan sosial dan standar kecantikan digital daripada penerimaan terhadap dirinya sendiri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[18] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (London: Vintage, 1991), 112.

B. Analisis QS. At-Tin: 4 dan QS. An-Nisa: 119 terhadap Fenomena Kecantikan Digital dan Krisis Identitas Perspektif Tafsir *Maqāṣidī* Abdul Mustaqim

Subbab ini membahas analisis QS. At-Tin ayat 4 dan QS. An-Nisa ayat 119 dalam kaitannya dengan fenomena kecantikan digital dan krisis identitas di era digital. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan tafsir *maqāṣidī* Abdul Mustaqim yang menekankan pada penggalian tujuan dan nilai kemaslahatan ayat Al-Qur'an agar tetap relevan dengan realitas kontemporer.

Dalam konteks ini, konsep *aḥsani taqwīm* dalam QS. At-Tin: 4 dipahami sebagai bentuk kemuliaan dan kesempurnaan manusia, sedangkan konsep *fa layugayyirunna khalqa Allāh* dalam QS. An-Nisa: 119 dipahami sebagai bentuk penyimpangan dari fitrah manusia, baik secara fisik maupun nonfisik. Kedua ayat tersebut kemudian dianalisis untuk melihat bagaimana fenomena kecantikan digital dapat memengaruhi cara individu memandang dirinya hingga memunculkan krisis identitas di era media sosial.

1. QS. At-Tin: 4

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِيْٓ أَحْسَنِ تَقْوِيْمٍ

Artinya : "Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya."

Dalam Tafsir *Al-Munīr* dijelaskan bahwa manusia diciptakan Allah SWT dalam bentuk yang sebaik-baiknya (*aḥsani taqwīm*) baik dari aspek fisik

maupun nonfisik. Kesempurnaan tersebut tidak hanya terlihat pada bentuk tubuh manusia, tetapi juga pada kemampuan akal, berpikir, berbicara, serta potensi spiritual yang membedakan manusia dari makhluk lainnya. Oleh karena itu, manusia memiliki kedudukan yang mulia sebagai makhluk yang diberi tanggung jawab di muka bumi. Konsep *aḥsani taqwīm* menunjukkan bahwa nilai manusia tidak semata-mata ditentukan oleh penampilan fisik, melainkan juga oleh kualitas akal, moral, dan spiritual yang dimilikinya.[19]

2. QS. An-Nisa: 119

وَّلَاُضِلَّنَّهُمْ وَلَاُمَنِّيَنَّهُمْ وَلَاٰمُرَنَّهُمْ فَلَيُبَتِّكُنَّ اٰذَانَ الْاَنْعَامِ وَلَاٰمُرَنَّهُمْ فَلَيُغَيِّرُنَّ خَلْقَ اللّٰهِۗ وَمَنْ يَّتَّخِذِ

الشَّيْطٰنَ وَلِيًّا مِّنْ دُوْنِ اللّٰهِ فَقَدْ خَسِرَ خُسْرَانًا مُّبِيْنًا

Artinya :

"Aku benar-benar akan menyesatkan mereka, membangkitkan angan-angan kosong mereka, menyuruh mereka (untuk memotong telinga-telinga binatang ternaknya) hingga mereka benar-benar memotongnya, dan menyuruh mereka (mengubah ciptaan Allah) hingga benar-benar mengubahnya." Siapa yang menjadikan setan sebagai pelindung selain Allah sungguh telah menderita kerugian yang nyata."

Dalam Tafsir *Al-Munīr* dijelaskan bahwa QS. An-Nisa: 119 menggambarkan upaya setan dalam menyesatkan manusia dengan mendorong mereka untuk mengubah ciptaan Allah (*fa layugayyirunna*

[19] Wahbah az-Zuhailī, *Tafsir Al-Munīr*, Jilid 15 (Jakarta: Gema Insani, 2016), 589.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

khalqa Allāh). Perubahan tersebut tidak hanya dipahami dalam bentuk fisik, tetapi juga mencakup penyimpangan terhadap fitrah manusia, nilai-nilai kehidupan, dan cara pandang terhadap diri sendiri. Sebagian mufasir juga menafsirkan bahwa perubahan tersebut berkaitan dengan penyimpangan dari fitrah keimanan yang lurus akibat pengaruh hawa nafsu dan godaan setan. Dengan demikian, ayat ini menunjukkan bahwa manusia diperintahkan untuk menjaga fitrah dirinya serta tidak terjebak pada perubahan yang menjauhkan dirinya dari nilai-nilai yang telah ditetapkan Allah SWT.[20]

Fenomena kecantikan digital di era media sosial berkembang melalui berbagai bentuk representasi visual yang menampilkan standar kecantikan tertentu. Kehadiran filter digital, fitur edit wajah dan tubuh, serta konten para *influencer* secara tidak langsung membentuk gambaran mengenai sosok yang dianggap ideal, seperti memiliki wajah simetris, kulit putih dan mulus, serta bentuk tubuh yang dianggap *body goals*. Standar tersebut terus direproduksi melalui media sosial dan akhirnya memengaruhi cara individu memandang dirinya sendiri. Akibatnya, banyak orang mulai membandingkan penampilannya dengan citra digital yang ditampilkan di media sosial dan menjadikan standar tersebut sebagai ukuran nilai diri dan kecantikan.[21]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[20] Wahbah az-Zuhailī, *Tafsir Al-Munīr*, Jilid 3 (Jakarta: Gema Insani, 2016), 274–275.

[21] Alifah Rose Wiana, Syifa Diah Puspita, dan Afwan Syahril, "TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Gen Z di Era Digital*," Jurnal Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, No. 1 (2025): 84–85, https://doi.org/10.71242/vwjgjn31.

Fenomena kecantikan digital memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kondisi psikologis individu, khususnya dalam cara seseorang memandang dirinya. Paparan standar kecantikan yang terus-menerus muncul di media sosial dapat menimbulkan rasa *insecure*, minder, dan ketidakpuasan terhadap penampilan diri. Individu cenderung membandingkan kondisi fisiknya dengan citra ideal yang dibangun di ruang digital sehingga muncul anggapan bahwa dirinya tidak cukup menarik atau tidak sesuai dengan standar yang berlaku. Kondisi tersebut secara perlahan dapat menyebabkan hilangnya rasa percaya diri dan membuat individu semakin bergantung pada pengakuan serta validasi sosial di media digital.[22]

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa sebagian individu mulai melupakan konsep manusia sebagai makhluk yang telah dimuliakan Allah SWT sebagaimana dijelaskan dalam QS. At-Tin: 4. Konsep *aḥsani taqwīm* menegaskan bahwa manusia telah diciptakan dalam bentuk yang sebaik-baiknya, tidak hanya dari segi fisik, tetapi juga dari aspek akal dan spiritualitasnya.

Sejalan dengan penafsiran *maqāṣidī* yang menekankan nilai kemaslahatan hakiki, dalam diskursus kemanusiaan Islam ditegaskan bahwa seluruh manusia sejatinya memiliki kedudukan yang setara (*equal human beings*) dengan potensi intelektual dan spiritual yang sama di hadapan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[22] Marika Tiggemann et al., "The Effect of Instagram "likes" on Women's Social Comparison and Body Dissatisfaction," *Body Image* 26 (2018): 90–96, https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002.

Allah.[23] Oleh karena itu, reduksi nilai diri perempuan yang hanya diukur dari keindahan semu filter digital merupakan bentuk pengabaian terhadap hakikat *aḥsani taqwīm*. Akibat perkembangan media sosial, nilai diri yang seharusnya dibangun atas kesadaran sebagai ciptaan Allah yang mulia kini bergeser pada standar visual eksternal seperti penampilan fisik dan validasi digital. Pergeseran ini pada akhirnya membuat individu rentan merasa kurang, tidak percaya diri, hingga kehilangan penerimaan terhadap dirinya sendiri.

Reduksi nilai diri perempuan berdasarkan visualisasi fisik ini sejatinya memperpanjang rantai cara pandang patriarki kolonial yang menempatkan perempuan dalam posisi subordinat.[24] Merujuk pada fakta sejarah, sejak era Hindia Belanda, tubuh dan representasi visual perempuan telah kerap ditampilkan dalam bingkai patriarki di media cetak maupun iklan untuk memenuhi standar eksternal kelayakan yang diinginkan publik. Dalam perspektif *maqāṣidī*, jeratan standar kecantikan artifisial modern ini yang dimanipulasi secara digital merupakan bentuk pelanggengan subordinasi baru yang menjauhkan manusia, khususnya perempuan, dari

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[23] Rahmah Raini Jamil dan Win Usuluddin, "Kyai Husein Muhammad's Perspective on Gender Equality: Feminism, Textual Interpretation, and Contextualization," *Advances in Humanities and Contemporary Studies* 5, no. 2 (2024): 4, https://doi.org/10.30880/ahcs.2024.05.02.001.

[24] M. Al Qautsar Pratama, "Kolonialisme dan Budaya Populer: Potret Marketing Selebritis di Hindia Belanda Era 1930-1940," *Khazanah: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam* 15, no. 1 (2025): 33-34, https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=al+qautsar+pratama+kolonialisme&btnG=#d=gs_qabs&t=1783239241925&u=%23p%3DHysHNQ69fd4J.

hakikat kemuliaan sejati yang berbasis kualitas takwa dan integritas kemanusiaan yang utuh.

Dalam konteks fenomena kecantikan digital, makna *fa layugayyirunna khalqa Allāh* dalam QS. An-Nisa: 119 tidak hanya dipahami sebagai perubahan fisik semata, seperti tato, operasi, atau bentuk perubahan tubuh lainnya, tetapi juga mencakup penyimpangan terhadap fitrah manusia.[25] Penyimpangan tersebut dapat terjadi ketika manusia mulai mengubah cara pandangnya terhadap dirinya akibat pengaruh standar kecantikan digital yang berkembang di media sosial. Dalam kondisi ini, manusia tidak lagi melihat dirinya berdasarkan nilai dan kemuliaan yang telah diberikan Allah SWT, melainkan berdasarkan standar visual yang dibentuk oleh lingkungan digital.

Pengaruh media sosial yang dipenuhi filter, edit wajah, manipulasi tubuh, serta citra kehidupan yang tampak sempurna mendorong individu untuk membangun identitas digital yang berbeda dari dirinya yang nyata. Seseorang menjadi lebih nyaman menampilkan versi dirinya yang telah dimanipulasi dibandingkan kondisi aslinya. Akibatnya, muncul kecenderungan untuk menutupi kekurangan, membangun pencitraan tertentu, dan menampilkan identitas yang lebih sesuai dengan standar media sosial demi memperoleh pengakuan dari lingkungan digital.[26]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[25] Wahbah az-Zuhailī, *Tafsir Al-Munīr*, Jilid 3 (Jakarta: Gema Insani, 2016), 274–275.

[26] Robi'ah Machtumah Malayati dkk., "Representasi Kecantikan Visual Digital Melalui Filter Snow AI di Instagram," *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 6, no. 1 (2025): 233–236, prinsip kejujuran://doi.org/10.59997/amarasi.v6i2.5644.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya perubahan cara pandang terhadap diri. Individu yang semula mampu menerima dirinya sebagai ciptaan Allah perlahan berubah menjadi pribadi yang terus merasa kurang dan tidak puas terhadap penampilannya sendiri. Rasa syukur dan penerimaan terhadap fitrah penciptaan mulai tergeser oleh rasa *insecure*, minder, serta keinginan untuk selalu tampil sempurna di ruang digital. Dalam keadaan demikian, nilai diri tidak lagi dibangun berdasarkan kesadaran spiritual, tetapi berdasarkan penilaian sosial di media digital.

Selain memengaruhi cara pandang terhadap diri, fenomena kecantikan digital juga berdampak pada nilai kejujuran diri. Ketika seseorang terus-menerus menampilkan citra yang tidak sesuai dengan kondisi aslinya demi mempertahankan eksistensi di media sosial, maka identitas digital yang dibangun perlahan dapat menjauh dari identitas dirinya yang nyata. Individu menjadi lebih fokus pada pencitraan dibandingkan keaslian dirinya sendiri. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat menyebabkan seseorang lebih mengenali versi digitalnya dibandingkan jati dirinya yang sebenarnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Tidak hanya itu, orientasi hidup individu pun dapat mengalami perubahan. Jika sebelumnya manusia memandang nilai dirinya sebagai bagian dari kemuliaan yang diberikan Allah SWT, maka fenomena kecantikan digital dapat menggeser orientasi tersebut menuju pencarian validasi manusia. Pengakuan berupa jumlah suka, komentar, dan penerimaan sosial di media digital menjadi ukuran baru dalam menilai harga

diri. Akibatnya, individu menjadi semakin bergantung pada respons sosial dan mengalami ketidakstabilan emosional ketika tidak memperoleh validasi yang diharapkan.[27]

Dengan demikian, *fa layugayyirunna khalqa Allāh* dalam konteks fenomena kecantikan digital dapat dipahami sebagai bentuk penyimpangan dari fitrah manusia, tidak hanya secara lahiriah tetapi juga secara batiniah. Penyimpangan tersebut tampak dalam perubahan cara pandang terhadap diri, melemahnya rasa syukur, hilangnya kejujuran identitas, serta bergesernya orientasi hidup dari kesadaran spiritual menuju validasi digital.

Dalam perspektif tafsir *maqāṣidī* Abdul Mustaqim, fenomena kecantikan digital tidak hanya dipahami sebagai persoalan sosial semata, tetapi juga berkaitan dengan tujuan-tujuan syariat (*maqāṣid al-syarī'ah*) dalam menjaga kehidupan manusia.[28] Fenomena tersebut dapat dianalisis melalui beberapa aspek *maqāṣid*, khususnya penjagaan akal (*ḥifẓ al-'aql*), penjagaan agama (*ḥifẓ al-dīn*), dan penjagaan harta (*ḥifẓ al-māl*) karena individu mulai kehilangan cara berpikir yang sehat terhadap dirinya sekaligus menjauh dari nilai-nilai spiritual yang menjadi dasar fitrahnya sebagai manusia. Ketiga aspek ini menunjukkan bahwa dampak kecantikan digital tidak hanya memengaruhi penampilan luar, tetapi juga pola pikir, spiritualitas, dan perilaku kehidupan individu di era digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[27] Faza Ammarul Haq dan Amirah, "Ketergantungan Pada Validasi Sosial Melalui Like, Comment, Followers Di Media Sosial: Literature Review," *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 1 (2025): 1246–1251, https://doi.org/10.63822/5w59ep33.

[28] Abdul Mustaqim, *Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqāṣidī sebagai Basis Moderasi Islam*, Pidato Pengukuhan Guru Besar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, 27–28.

Dalam aspek *ḥifẓ al-'aql*, fenomena kecantikan digital dapat memengaruhi cara berpikir individu terhadap dirinya sendiri. Paparan standar kecantikan yang terus-menerus muncul di media sosial membuat seseorang cenderung membandingkan dirinya dengan citra visual yang belum tentu sesuai dengan realitas. Akibatnya, individu dapat mengalami pola pikir yang tidak sehat, seperti merasa dirinya tidak cukup menarik, kurang sempurna, atau tidak bernilai apabila tidak memenuhi standar kecantikan tertentu. Kondisi ini menunjukkan adanya gangguan terhadap cara berpikir yang proporsional dan sehat karena nilai diri akhirnya lebih ditentukan oleh standar digital dibandingkan kesadaran akan kemuliaan dirinya sebagai ciptaan Allah SWT.

Selain itu, fenomena kecantikan digital juga berkaitan dengan aspek *ḥifẓ al-dīn*. Ketika seseorang terus-menerus menampilkan citra diri yang tidak sesuai dengan kondisi aslinya demi memperoleh pengakuan sosial, maka nilai kejujuran, rasa syukur, dan penerimaan terhadap fitrah diri perlahan dapat melemah. Individu menjadi lebih fokus pada validasi manusia dibandingkan kesadaran spiritual terhadap Allah SWT. Dalam kondisi tersebut, orientasi hidup dapat bergeser dari upaya menjaga nilai-nilai keimanan menuju keinginan memperoleh penerimaan sosial di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa krisis identitas akibat fenomena kecantikan digital tidak hanya berdampak secara psikologis, tetapi juga dapat memengaruhi kualitas spiritual dan hubungan manusia dengan nilai-nilai agamanya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Fenomena kecantikan digital juga dapat dianalisis melalui aspek *ḥifẓ al-māl*. Keinginan untuk memenuhi standar kecantikan digital sering kali mendorong individu bersikap konsumtif, seperti membeli produk kecantikan secara berlebihan, mengikuti tren penampilan tertentu, hingga menggunakan berbagai aplikasi pengedit wajah dan tubuh berbayar demi menghasilkan tampilan yang dianggap ideal.[29] Dalam kondisi tertentu, individu rela mengeluarkan biaya yang tidak sedikit hanya untuk mempertahankan citra digitalnya di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa standar kecantikan digital dapat memengaruhi pola penggunaan harta secara berlebihan dan kurang proporsional sehingga berpotensi bertentangan dengan prinsip penjagaan harta dalam *maqāṣid al-syarī'ah*.

Dengan demikian, fenomena kecantikan digital tidak hanya berkaitan dengan persoalan penampilan, tetapi juga menyentuh dimensi akal, spiritualitas, dan perilaku sosial manusia. Dalam perspektif *maqāṣidī*, fenomena ini menunjukkan pentingnya menjaga cara berpikir yang sehat, mempertahankan nilai-nilai keimanan, serta menggunakan harta secara bijak agar manusia tidak terjebak dalam standar semu yang dibangun oleh ruang digital.

Fenomena kecantikan digital pada akhirnya tidak hanya menimbulkan dampak psikologis dan sosial, tetapi juga berkaitan dengan dimensi spiritual manusia. Ketika individu terlalu bergantung pada validasi

[29] Lisa Novita Sari dan Nora Susilawati, "Motif Penggunaan Filter Instagram di Kalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang," *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan* 5, No. 2, 2022, 220–226, http://dx.doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.625.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digital dan terus membangun citra diri yang tidak sesuai dengan dirinya yang nyata, maka secara perlahan ia dapat mengalami keterasingan terhadap dirinya sendiri. Individu menjadi lebih mengenali identitas digital yang dibentuk di media sosial dibandingkan jati dirinya sebagai manusia yang memiliki nilai dan kemuliaan di hadapan Allah SWT.

Kondisi tersebut sejalan dengan QS. Al-Hasyr: 19 yang menjelaskan agar manusia tidak menjadi golongan yang melupakan Allah sehingga akhirnya dibuat lupa terhadap dirinya sendiri.[30] Dalam konteks fenomena kecantikan digital, lupa terhadap Allah dapat dipahami sebagai kondisi ketika manusia lebih menjadikan standar media sosial sebagai ukuran nilai dirinya dibandingkan nilai yang telah ditetapkan Allah SWT terhadap manusia. Akibatnya, individu kehilangan rasa syukur, penerimaan diri, serta arah dalam memandang identitasnya sendiri.

Dengan demikian, QS. At-Tin: 4 dan QS. An-Nisa: 119 memiliki keterkaitan yang kuat dalam menjelaskan fenomena kecantikan digital dan krisis identitas di era modern. QS. At-Tin: 4 menegaskan bahwa manusia telah diciptakan Allah SWT dalam bentuk yang sebaik-baiknya, sehingga nilai dan kemuliaan manusia tidak semestinya diukur hanya berdasarkan standar visual yang dibentuk media sosial.

Sementara itu, QS. An-Nisa: 119 menunjukkan adanya upaya penyimpangan terhadap fitrah manusia, baik dalam bentuk perubahan fisik maupun perubahan cara pandang, nilai, dan orientasi hidup manusia. Dalam

[30] Wahbah az-Zuhailī, *Tafsir Al-Munīr*, Jilid 14 (Jakarta: Gema Insani, 2016), 478.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

konteks fenomena kecantikan digital, penyimpangan tersebut tampak melalui manipulasi citra diri, ketergantungan terhadap validasi digital, serta melemahnya penerimaan terhadap diri sendiri. Oleh karena itu, melalui pendekatan tafsir *maqāṣidī* Abdul Mustaqim, fenomena ini dapat dipahami sebagai tantangan terhadap penjagaan akal (*ḥifẓ al-'aql),* penjagaan agama (*ḥifẓ al-dīn*), dan penjagaan harta (*ḥifẓ al-māl),* sehingga diperlukan kesadaran untuk membangun kembali cara pandang yang sehat, jujur, dan sesuai dengan fitrah manusia sebagai ciptaan Allah SWT.

C. Relevansi dan Solusi Qur'ani terhadap Krisis Identitas

Fenomena kecantikan digital yang berkembang di media sosial menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara identitas autentik dan identitas yang dikonstruksi secara visual. Individu cenderung menampilkan versi diri yang telah mengalami proses seleksi dan manipulasi melalui filter, editing, maupun pencitraan tertentu sehingga realitas diri sering kali tidak sejalan dengan representasi yang ditampilkan di ruang digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang pembentukan identitas diri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dalam situasi tersebut, individu terdorong untuk menyesuaikan dirinya dengan standar ideal yang berkembang di media sosial. Keinginan untuk tampil menarik dan diterima oleh lingkungan digital membuat individu lebih berorientasi pada pengakuan sosial dibandingkan penerimaan terhadap dirinya sendiri. Secara psikologis, fenomena ini dipengaruhi oleh rasa *insecurity*, kecenderungan melakukan *social comparison*, serta

keinginan untuk memperoleh pengakuan dan penerimaan sosial dari lingkungan digital.[31] Akibatnya, identitas diri tidak lagi dibangun berdasarkan kesadaran terhadap nilai dirinya, tetapi berdasarkan citra ideal yang dibentuk di ruang digital.

QS. An-Nisa ayat 119 menjelaskan tentang upaya setan dalam menyesatkan manusia, salah satunya dengan mendorong manusia untuk mengubah ciptaan Allah. Dalam konteks era digital, ayat ini dapat dikontekstualisasikan dengan fenomena manipulasi penampilan melalui media sosial. Perubahan tersebut tidak hanya tampak dalam bentuk perubahan fisik, tetapi juga dalam representasi digital seperti penggunaan filter, editing wajah, perubahan bentuk tubuh, serta penciptaan citra diri yang berbeda dari kondisi aslinya. Fenomena ini menunjukkan bahwa yang sebenarnya diubah bukan hanya penampilan fisik, melainkan juga citra diri dan identitas individu di ruang digital.

Kondisi tersebut berkaitan erat dengan faktor psikologis yang memengaruhi individu dalam menggunakan media sosial. Paparan konten digital yang menampilkan wajah sempurna, tubuh ideal, dan kehidupan yang tampak menarik mendorong individu untuk terus membandingkan dirinya dengan orang lain.[32] Akibatnya, muncul rasa tidak percaya diri, rendah diri, serta ketakutan untuk tidak diterima oleh lingkungan sosial.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[31] A. A. Harnata dan B. E. A. Prasetya, "Gambaran Perasaan Insecure di Kalangan Mahasiswa yang Mengalami Kecanduan Media Sosial TikTok," *Bulletin of Counseling and Psychotherapy* 4, No. 3 (2022): 825–829, https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.437.

[32] Amandha Unziila Denich dan Ifdil, "Konsep Body Image Remaja Putri," *Jurnal Konseling dan Pendidikan* 3, No. 2 (2015): 58–59, https://doi.org/10.29210/116500.

Dalam kondisi tersebut, individu terdorong untuk menampilkan versi terbaik dirinya di media sosial meskipun tidak sepenuhnya sesuai dengan realitas yang sebenarnya.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa orientasi utama dari manipulasi diri di media sosial bukan sekadar mempercantik penampilan, tetapi juga berkaitan dengan kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan sosial. Individu berusaha membentuk identitas ideal agar dianggap menarik, memperoleh perhatian, serta mendapatkan validasi dalam bentuk *likes*, komentar, maupun pujian dari orang lain. Dalam kondisi tertentu, respons positif di media sosial menjadi tolok ukur harga diri sehingga individu merasa lebih percaya diri ketika memperoleh pengakuan dari lingkungan digital.[33]

Namun, kepuasan yang diperoleh dari validasi digital pada dasarnya bersifat sementara. Standar kecantikan di media sosial terus berubah dan cenderung tidak realistis sehingga individu merasa harus terus menyesuaikan dirinya agar tetap diterima. Kondisi ini menyebabkan individu semakin bergantung pada penilaian eksternal dan sulit menerima dirinya secara autentik. Semakin tinggi keinginan untuk memenuhi tuntutan citra digital, semakin besar pula kemungkinan munculnya kecemasan, ketidakpuasan diri, dan krisis identitas.[34] Individu akhirnya lebih mengenal

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[33] Faza Ammarul Haq, Amirah, dan dkk., "Ketergantungan Pada Validasi Sosial Melalui Like, Comment, Followers di Media Sosial: Literature Review," *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, No. 6 (2025): 1250–1252, https://doi.org/10.63822/5w59ep33.

[34] Denny Rope, "Hubungan Media Sosial Terhadap Krisis Identitas Remaja: Studi Kualitatif*," Jurnal Kala Nea* 3, No. 1 (2022): 45–51, https://doi.org/10.61295/kalanea.v3i1.95.

dirinya berdasarkan citra yang dibangun di media sosial dibandingkan dengan identitas dirinya yang sebenarnya.

Berdasarkan hal tersebut, QS. An-Nisa ayat 119 dapat dipahami sebagai peringatan agar manusia tidak terjebak dalam manipulasi diri yang berlebihan hingga menjauh dari fitrahnya. Ayat ini tidak hanya relevan dalam konteks perubahan fisik, tetapi juga dalam fenomena pembentukan identitas digital yang tidak autentik. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran untuk menggunakan media sosial secara proporsional serta menjaga kejujuran dalam merepresentasikan diri agar individu tidak kehilangan identitas dirinya di tengah tekanan standar kecantikan digital.

QS. At-Tin ayat 4 menjelaskan bahwa manusia diciptakan dalam bentuk yang sebaik-baiknya *aḥsani taqwīm*. Ayat ini menunjukkan bahwa setiap manusia telah memiliki nilai dan martabat yang diberikan langsung oleh Allah sejak awal penciptaannya. Namun, dalam era digital, banyak individu justru menilai dirinya berdasarkan standar kecantikan yang berkembang di media sosial. Paparan konten yang menampilkan wajah sempurna, tubuh ideal, dan citra kehidupan yang tampak menarik membuat individu mudah membandingkan dirinya dengan orang lain. Akibatnya, muncul rasa tidak percaya diri, ketidakpuasan terhadap diri sendiri, serta anggapan bahwa dirinya belum cukup baik jika tidak sesuai dengan standar yang berkembang di ruang digital.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa nilai diri seseorang mulai bergeser dari kesadaran akan fitrah menjadi bergantung pada penilaian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

sosial. Individu merasa lebih berharga ketika mendapatkan *likes*, komentar, dan pujian dari orang lain di media sosial. Dalam situasi seperti ini, QS. At-Tin ayat 4 dapat dipahami sebagai penguat bahwa nilai manusia tidak ditentukan oleh standar digital maupun penilaian sosial, melainkan oleh penciptaan Allah yang telah menjadikan manusia dalam bentuk terbaik. Pemahaman tersebut penting untuk membangun sikap penerimaan diri (*self-acceptance*), yaitu kemampuan menerima kondisi diri secara utuh tanpa harus terus memaksakan diri mengikuti standar kecantikan yang tidak realistis.[35]

Selain itu, ayat ini juga berkaitan dengan nilai syukur terhadap diri sendiri sebagai ciptaan Allah. Sikap syukur dapat diwujudkan dengan menerima kelebihan dan kekurangan diri serta tidak terus-menerus membandingkan diri dengan kehidupan orang lain di media sosial. Rasa syukur membantu individu untuk lebih menghargai dirinya dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan standar kecantikan digital yang terus berubah. Dengan adanya penerimaan diri dan rasa syukur, individu akan lebih mampu membangun identitas diri yang sehat, stabil, dan tidak bergantung pada validasi media sosial. Oleh karena itu, QS. At-Tin ayat 4 menjadi penguat solusi Qur'ani dalam menghadapi krisis identitas di era digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[35] Rieny Kharisma Putri, "Meningkatkan Self-Acceptance (Penerimaan Diri) dengan Konseling Realita Berbasis Budaya Jawa," *Prosiding SNBK (Seminar Nasional Bimbingan dan Konseling)* 2, no. 1 (2018): 124, https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SNBK/article/view/480?__cf_chl_f_tk=Y9vZj9OsgDMU.sgxugyizlP_vflb2RQQqZoBPazqg70-1783306675-1.0.1.1-vSfzzyr41ISxscp.ELES0SZ.9el1NeXjRwWkQEQqxg0.

Berdasarkan fenomena kecantikan digital dan krisis identitas yang berkembang di media sosial, Al-Qur'an memberikan nilai-nilai yang dapat dijadikan sebagai solusi dalam membangun identitas diri yang sehat. Salah satu solusi penting adalah penerimaan diri (*self-acceptance*). Sikap ini berkaitan dengan kemampuan individu untuk menerima kondisi dirinya tanpa harus terus membandingkan diri dengan standar kecantikan digital yang tidak realistis. Pemahaman bahwa manusia telah diciptakan dalam bentuk terbaik membantu individu menyadari bahwa nilai dirinya tidak ditentukan oleh penampilan fisik maupun validasi sosial di media digital.

Selain penerimaan diri, nilai syukur juga menjadi solusi penting dalam menghadapi krisis identitas. Rasa tidak puas terhadap diri sendiri sering muncul karena individu terlalu fokus pada kekurangan serta terus membandingkan dirinya dengan orang lain di media sosial. Dalam konteks ini, sikap syukur membantu individu untuk menerima dan menghargai dirinya sebagai ciptaan Allah. Dengan rasa syukur, individu tidak lagi memandang dirinya berdasarkan standar digital yang terus berubah, tetapi lebih mampu menghargai kelebihan dan kekurangan dirinya secara seimbang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Solusi berikutnya adalah kejujuran diri dalam menggunakan media sosial. Fenomena manipulasi identitas digital melalui filter, editing, maupun pencitraan berlebihan menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara identitas nyata dan identitas yang ditampilkan. Dalam Islam, nilai kejujuran (*ṣidq*) tidak hanya berkaitan dengan ucapan, tetapi juga dengan bagaimana

seseorang merepresentasikan dirinya. Menampilkan diri secara autentik menjadi bagian penting dalam menjaga integritas dan kesehatan identitas diri sehingga individu tidak terjebak dalam citra semu demi memperoleh pengakuan sosial.

Solusi berikutnya adalah kejujuran diri dalam menggunakan media sosial. Fenomena manipulasi identitas digital melalui filter, editing, maupun pencitraan berlebihan menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara identitas nyata dan identitas yang ditampilkan. Dalam Islam, nilai kejujuran (*ṣidq*) tidak hanya berkaitan dengan ucapan, tetapi juga dengan bagaimana seseorang merepresentasikan dirinya. Menampilkan diri secara autentik menjadi bagian penting dalam menjaga integritas dan kesehatan identitas diri sehingga individu tidak terjebak dalam citra semu demi memperoleh pengakuan sosial. Terkait hal ini, Allah SWT menegaskan pentingnya menjaga autentisitas karakter di tengah ujian sosial melalui QS. Al-Ankabut [29]: 3,

وَلَقَدْ فَتَنَّا الَّذِيْنَ مِنْ قَبْلِهِمْ فَلَيَعْلَمَنَّ اللّٰهُ الَّذِيْنَ صَدَقُوْا وَلَيَعْلَمَنَّ الْكٰذِبِيْنَ

"Dan sungguh, Kami telah menguji orang-orang sebelum mereka, maka Allah pasti mengetahui orang-orang yang jujur dan Dia pasti mengetahui orang-orang yang dusta."[36] Dalam perspektif kontemporer Wahbah az-Zuhailī melalui Tafsir *Al-Munīr*, ujian (fitnah) diturunkan untuk

[36] Kementerian Agama RI, "Surah Al-Ankabut," Qur'an Kemenag, diakses pada 4 Juli 2026, https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/29?from=1&to=69.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

membuktikan secara jelas (*Ẓuhūr* dan *inkiśāf*) antara individu yang benar-benar jujur dengan individu yang berdusta.[37]

Tekanan standar kecantikan artifisial di media sosial merupakan bentuk ujian zaman modern yang menguji jati diri; menghadapi ujian digital ini dengan tetap menampilkan representasi visual yang autentik merupakan bentuk kelulusan mental, sebab komitmen terhadap aturan dan nilai kejujuran sejatinya merupakan simbol jati diri dan bukti identitas seorang Muslim yang sesungguhnya.[38] Oleh karena itu, ayat ini mengukuhkan bahwa restorasi kejujuran identitas adalah jalan keluar esensial agar individu tidak kehilangan jati dirinya akibat kepalsuan ruang siber.

Selain itu, Al-Qur'an juga mengajarkan pentingnya menjaga fitrah dan keseimbangan dalam kehidupan, termasuk dalam penggunaan media sosial. QS. An-Nisa ayat 119 memberikan peringatan agar manusia tidak terjebak dalam perubahan diri yang berlebihan hingga menjauh dari fitrahnya. Dalam konteks digital, hal ini dapat dimaknai sebagai pentingnya menggunakan teknologi secara proporsional tanpa kehilangan keaslian identitas diri. Dengan demikian, nilai penerimaan diri, syukur, kejujuran, serta menjaga fitrah dapat membantu individu membangun identitas diri yang lebih stabil, autentik, dan tidak bergantung pada validasi media sosial.

Dengan demikian, fenomena kecantikan digital dan krisis identitas di era media sosial tidak hanya dapat dipahami melalui perspektif sosial,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[37] Wahbah az-Zuhailī, *Tafsir Al-Munīr*, Jilid 10, (Jakarta: Gema Insani, 2016), 450.
[38] Wahbah az-Zuhailī, *Tafsir Al-Munīr*, Jilid 10, (Jakarta: Gema Insani, 2016), 452.

tetapi juga dapat dianalisis melalui integrasi nilai-nilai Al-Qur'an dan pendekatan psikologi. QS. An-Nisa ayat 119 menunjukkan bahwa dorongan untuk mengubah dan membentuk citra diri secara berlebihan berkaitan dengan kebutuhan psikologis seperti rasa *insecurity*, keinginan untuk diterima, dan ketergantungan terhadap validasi sosial. Sementara itu, QS. At-Tin ayat 4 memberikan penguatan bahwa manusia telah diciptakan dalam bentuk terbaik sehingga nilai diri tidak seharusnya ditentukan oleh standar kecantikan digital.

Melalui integrasi antara nilai Qur'ani dan pemahaman psikologi, solusi terhadap krisis identitas dapat diwujudkan melalui sikap penerimaan diri, syukur, kejujuran dalam merepresentasikan diri, serta menjaga fitrah dalam penggunaan media sosial. Nilai-nilai tersebut membantu individu membangun identitas diri yang lebih autentik, stabil, dan sehat secara psikologis sehingga media sosial tidak lagi dijadikan sebagai tolok ukur utama dalam menentukan harga diri, tetapi digunakan secara lebih seimbang tanpa kehilangan keaslian identitas diri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Kecantikan Digital dan disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Fenomena kecantikan digital di era media sosial membentuk standar kecantikan baru yang tidak realistis melalui penggunaan filter, pengeditan visual, serta representasi wajah dan tubuh ideal. Standar tersebut terus disebarluaskan melalui platform seperti Instagram dan TikTok sehingga memengaruhi cara individu memandang dirinya. Paparan terhadap citra ideal mendorong perbandingan sosial yang dapat memicu *body image* negatif, penurunan *self-esteem*, dan ketergantungan pada validasi sosial. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi menimbulkan krisis identitas karena individu mengalami kebingungan antara identitas asli dan identitas digital yang dibangun untuk memenuhi standar kecantikan di media sosial.
2. Kontekstualisasi QS. At-Tīn: 4 dan QS. An-Nisā': 119 menunjukkan bahwa Al-Qur'an memberikan pandangan yang relevan terhadap persoalan identitas diri di era digital. QS. At-Tīn: 4 menegaskan bahwa manusia diciptakan dalam bentuk terbaik (*aḥsani taqwīm*), sehingga nilai manusia tidak hanya ditentukan oleh penampilan fisik, tetapi juga kualitas moral, spiritual, dan fitrahnya. Sementara itu, QS. An-Nisā': 119 menjadi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

peringatan agar manusia tidak menyimpang dari fitrahnya akibat dorongan hawa nafsu dan standar semu. Dalam konteks kecantikan digital, ayat ini mengkritik manipulasi citra diri secara berlebihan demi memperoleh pengakuan sosial dan memenuhi standar kecantikan di media sosial.

3. Al-Qur'an menawarkan solusi terhadap krisis identitas akibat tekanan kecantikan digital melalui nilai penerimaan diri, rasa syukur, menjaga fitrah, dan kejujuran dalam merepresentasikan diri di ruang digital. Nilai-nilai tersebut membantu individu membangun identitas yang lebih autentik, sehat, dan tidak bergantung pada standar kecantikan maupun validasi di media sosial. Dengan demikian, ajaran Al-Qur'an tidak hanya menjadi pedoman spiritual, tetapi juga memberikan solusi etis dan psikologis dalam menghadapi krisis identitas di era digital.

B. SARAN-SARAN

1. Bagi kajian Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena kecantikan digital dan krisis identitas dapat dikaji secara kontekstual melalui pendekatan tafsir terhadap ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan dengan realitas kehidupan modern. Oleh karena itu, skripsi selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian serupa dengan menggunakan pendekatan tafsir lain, seperti tafsir psikologis, tafsir sosial, maupun pendekatan interdisipliner antara Al-Qur'an dan ilmu psikologi, agar pesan-pesan Al-Qur'an semakin mampu menjawab persoalan manusia kontemporer secara lebih luas, mendalam, dan aplikatif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

2. Bagi kajian sosial-keagamaan dan fenomena digital, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga membentuk cara individu memandang tubuh, identitas diri, dan nilai dirinya. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan memiliki kesadaran kritis dalam menggunakan media sosial agar tidak terjebak pada standar kecantikan semu yang dibangun melalui filter digital, manipulasi visual, dan validasi sosial. Nilai-nilai Al-Qur'an seperti penerimaan diri, rasa syukur, dan menjaga fitrah manusia perlu dijadikan landasan etis dalam menghadapi perkembangan budaya digital, sehingga teknologi dapat dimanfaatkan secara lebih sehat tanpa menghilangkan keaslian identitas diri individu.
3. Bagi pengguna media sosial, khususnya generasi muda, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengingat bahwa nilai manusia tidak hanya ditentukan oleh penampilan fisik maupun citra digital yang ditampilkan di media sosial. QS. At-Tīn: 4 menegaskan bahwa manusia telah diciptakan dalam bentuk terbaik (*aḥsani taqwīm*), sedangkan QS. An-Nisā': 119 memberikan peringatan agar manusia tidak menjauh dari fitrahnya akibat dorongan standar semu. Dengan demikian, generasi muda diharapkan mampu membangun identitas diri yang lebih autentik, percaya diri, dan seimbang dalam menggunakan media sosial tanpa bergantung sepenuhnya pada pengakuan atau validasi dari lingkungan digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Al-Bukhari. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Kitab al-Adab. Hadist Diakses melalui https://sunnah.com.

Alwi, Moch. Bashori. "Tafsir Surat Al-Tin dalam Tafsir Al-Tahrir wa Al-Tanwir Perspektif Maqasid Al-Qur'an." *Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf* 9, no. 2 (September 2023). ://etheses.iainkediri.ac.id/3315/.

Apdillah, Dicky, Rusti Br. Zebua, Muhammad Idham, dan Ibnu Anhar. "Teknologi Digital di dalam Kehidupan Masyarakat." *Jurnal Selodang Mayang* 8, no 2 (Agustus 2022). https://doi.org/10.47521.

Bonfanti, Rubinia Celeste, Francesco Melchiori, Arianna Teti, Gaia Albano, Stephane Raffard, Rachel Rodgers dan Gianluca Lo Coco. "The Association Between Social Comparison in Social Media, Body Image Concerns and Eating Disorder Symptoms: A Systematic Review and Meta-Analysis." *Body Image* 52 (2025). https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101841.

Chinta W., Syahallah, Afina Ghassani D.H., dan Maria Lidwina A. "Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia." *Prosiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya*, 2023. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Dampak+Standar+Kecantikan+Bagi+Perempuan+di+Indonesia+Syahallah+Chinta+W1+%2C+Afina+Ghassani+D.H2+%2C+Maria+Lidwina+A.&btnG=#d=gs_qabs&t=1783303697497&u=%23p%3DmwQjVrKi09IJ

DataReportal. Global Social Media Statistics 2025. Dipublikasikan oleh Kepios. Diakses 2 Maret 2026. https://datareportal.com.

Denich, Amandha Unziila, dan Ifdil. "Konsep Body Image Remaja Putri." *Jurnal Konseling dan Pendidikan* 3, no. 2 (2015). https://doi.org/10.29210/116500.

Diefenbach, Sarah dan Lara Christoforakos. "The Selfie Paradox: Nobody Seems to Like Them Yet Everyone Has Reasons to Take Them." *Frontiers in Psychology* 8 (2017). https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00007.

Erikson, Erik H. *Identity: Youth and Crisis*. New York: W. W. Norton & Company, 1968.

Fardouly, Jasmine, Brydie K. Willburger, dan Lenny R. Vartanian. "Instagram Use and Young Women's Body Image Concerns and Self-Objectification: Testing Mediational Pathways." *New Media & Society* 20, no. 4 (2018). ://doi.org/10.1177/1461444817694499.

Fakhri, Nurfitriany. "Konsep Dasar dan Implikasi Teori Perbandingan Sosial." *Jurnal Psikologi Talenta* 3, no. 1 (September 2017). ://doi.org/10.26858/talenta.v3i1.13066.

Hamdan, Mohammad Naqib, Mohd Anuar Ramli, Mohd Farhan Md Ariffin, Hussein Azeemi Abdullah Thaidi, Muhamad Firdaus Ab Rahman, Nasiibah Ramli, dan Nurul Syahadah Mohamad Riza. "The Concept of Taghyir Khalqillah Through Mufassirin Perspective: An Analysis Based on Surah Al-Nisa', Verse 119." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 12, no. 1 (2022). ://doi.org/10.6007/IJARBSS/v12-i1/12029.

Harnata, A. A., dan B. E. A. Prasetya. "Gambaran Perasaan Insecure di Kalangan Mahasiswa yang Mengalami Kecanduan Media Sosial TikTok." *Bulletin of Counseling and Psychotherapy* 4, no. 3 (2022). https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.437.

Haq, Faza Ammarul, dan Amirah. "Ketergantungan Pada Validasi Sosial Melalui Like, Comment, Followers Di Media Sosial: Literature Review." *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 1 (2025). https://doi.org/10.63822/5w59ep33.

Hu, Yiwen. "The Impact of Social Media on Body Image." *Proceedings of ICIHCS 2025 Symposium: Integration & Boundaries: Humanities/Arts, Technology and Communication* 2025. ://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.KM28553.

Jamil, Rahmah Raini, dan Win Usuluddin. "Kyai Husein Muhammad's Perspective on Gender Equality: Feminism, Textual Interpretation, and Contextualization." *Advances in Humanities and Contemporary Studies* 5, no. 2 (2024). https://doi.org/10.30880/ahcs.2024.05.02.001.

Jannah, Miftahul, Minarni, dan A. Nur Aulia Saudi. "Hubungan Self-Esteem dengan Body Image pada Remaja Wanita yang Menggunakan Filter Instagram." *Jurnal Psikologi Karakter* 3, no. 2 (Desember 2023). ://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2332.

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Tafsir QS. An-Nisa Ayat 119*. Tafsir Al-Qur'an Kementerian Agama RI. Diakses 1 Desember 2025. https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4/119.

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Tafsir QS. At-Tin Ayat 4*. Tafsir Al-Qur'an Kementerian Agama RI. Diakses 1 Desember 2025. https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/95?from=1&to=8.

Kementerian Agama RI, "Surah Al-Ankabut," Qur'an Kemenag, diakses pada 4 Juli 2026, https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/29?from=1&to=69.

Larasati, Amanda Novita, dan Hotpascaman Simbolon. "Hubungan antara Self-Comparison dan Self-Esteem pada Remaja Perempuan Pengguna Media Sosial." *JIPSI (Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial)* 5, no. 1 (2026). https://doi.org/10.58540/jipsi.v5i1.1442.

Maimunah, Salma. "Hubungan Media Sosial dengan Body Dissatisfaction pada Mahasiswa Perempuan di Kota Surabaya." *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8, no. 2 (2021). https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i2.41197.

Malayati, Robi'ah Machtumah, Anwari, Moh. Slamet, Ainun Fitri Mughiroh, dan Siti Khabibah. "Representasi Kecantikan Visual Digital Melalui Filter Snow AI di Instagram." *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 6, no. 1 (2025). https://doi.org/10.59997/amarasi.v6i2.5644.

Muslim. *Ṣaḥīḥ Muslim*, Kitab al-Birr wa al-Ṣilah. Hadist Diakses melalui https://sunnah.com.

Mustaqim, Abdul. *Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqāṣidī sebagai Basis Moderasi Islam*. Pidato Pengukuhan Guru Besar, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Nabila, Zurrotin, dan Lailatul Muarofah Hanim. "The Power of Beauty Filters: How Does It Impacts Body Image?" *Procedia of Social Sciences and Humanities* (2024). https://doi.org/10.21070/pssh.v6i.674.

Nurrahim, C., dan R. Pranata. "Self Body Image pada Remaja." *Jurnal Pendidikan Kesehatan Rekreasi* 10, no. 1 (2024). https://doi.org/10.59672/jpkr.v10i1.3412.

Pranajaya, Syatria Adymas, Sri Wahyuning Astuti, Tendi, Nurhidayatullah D, Anselmus Agung Pramudito, Erna Multahada, Nurmah Rachman, Fina Afriany, Ali Mufti Ramadhani, dan Nicholas Simarmata. *Psikologi Sosial: Konsep dan Implementasi.* Padang: Get Press Indonesia, 2023.

Pratama, M. Al Qautsar. "Kolonialisme dan Budaya Populer: Potret Marketing Selebritis di Hindia Belanda Era 1930-1940." *Khazanah: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam* 15, no. 1 (2025). https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=al+qautsar+pratama+kolonialisme&btnG=#d=gs_qabs&t=1783239241925&u=%23p%3DHysHNQ69fd4J.

Pitaloka, Kiki Virenanda. "Media Influence on Unrealistic Beauty Standards and Their Effect on Body Image." *CAKRA COMMUNICO: Journal of Communication Science* Vol. 2, No. 1 (2025). https://doi.org/10.17977/um087v2i1202511-17.

Putri, Rieny Kharisma. "Meningkatkan Self-Acceptance (Penerimaan Diri) dengan Konseling Realita Berbasis Budaya Jawa." *Prosiding SNBK (Seminar Nasional Bimbingan dan Konseling)* 2, no. 1 (2018).

https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SNBK/article/view/480?__cf_chl_f_tk=Y9vZj9OsgDMU.sgxugyizlP_vflb2RQQqZoBPazqg70-1783306675-1.0.1.1-vSfzzyr41ISxscp.ELES0SZ.9el1NeXjRwWkQEQqxg0.

Rope, Denny. "Hubungan Media Sosial Terhadap Krisis Identitas Remaja: Studi Kualitatif." *Jurnal Kala Nea* 3, no. 1 (2022). https://doi.org/10.61295/kalanea.v3i1.95.

Saleh, A. A.. *Psikologi sosial*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press. (2020).

Sanjaya, Ghaitsaa Zahraa Kathrina, Gladiolla Dian Celvianna Putri, Jesbon, dan Nalla Taquysha Pasaribu. "Krisis Identitas pada Generasi Muda karena Dampak Globalisasi dan Media Sosial." *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora* 3, no. 1 (2025). https://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/view/980/696.

Sari, Lisa Novita, dan Nora Susilawati. "Motif Penggunaan Filter Instagram di Kalangan Mahasiswa Perempuan Universitas Negeri Padang." *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan* 5, no. 2 (2022). http://dx.doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.625.

Sarwono, Sarlito Wirawan. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Schwartz, Seth J. "The Evolution of Eriksonian and Neo-Eriksonian Identity Theory and Research: A Review and Integration." *Identity: An International Journal of Theory and Research* 1, no. 1 (2001). https://doi.org/10.1207/S1532706XSCHWARTZ.

Syaifussalam, M. Lathief, dkk. "Reflections of Self: How Social Media Shapes Teen Body Image." *International Journal of Contemporary Sciences (IJCS)* Vol. 1, No. 12 (2024). https://doi.org/10.55927/ijcs.v1i12.12041.

Setiawan, Robertus Putra, Diah Sofiah, dan Etik Darul Muslikah. "Self-Esteem pada Pengguna Filter Instagram di Kalangan Mahasiswa Perempuan Ditinjau dari Perspektif Body Image." *Jurnal Psikologi Indonesia* 3, no. 1 (Maret 2025). ://doi.org/10.30996/jiwa.v3i01.12643.

Tiggemann, Marika et al. "The Effect of Instagram Likes on Women's Social Comparison and Body Dissatisfaction." *Body Image* 26 (2018). https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002.

Wahbah az-Zuhaili. *Tafsir al-Munir*. Terjemahan oleh Tim Penerjemah Gema Insani. Jakarta: Gema Insani, 2016.

Wiana, Alifah Rose, Syifa Diah Puspita, dan Afwan Syahril. "Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Gen Z di Era Digital." *Jurnal Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, No. 1 (2025). https://doi.org/10.71242/vwjgjn31.

Wolf, Naomi. *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. London: Vintage, 1991.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisa Dila Royani

NIM : 222104010041

Program Studi : Ilmu al-Qur'an dan Tafsir

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Humaniora

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul "KECANTIKAN DIGITAL DAN KRISIS IDENTITAS: TELAAH QS. AT-TIN: 4 DAN QS. AN-NISA: 119." merupakan hasil karya sendiri kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa adanya paksaan dari siapapun.

Jember, 20 Juni 2026
Yang Menyatakan



Annisa Dila Royani
222104010041

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BIODATA PENULIS



Identitas Penulis

Nama : Annisa Dila Royani

NIM : 222104010041

TTL : Jember, 20 Juni 2003

Alamat : Sukorambi, Jember, Jawa Timur.

Email : dilaattaki@gmail.com

No. Hp : 085706000354

Prodi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Humaniora

Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Riwayat Pendidikan

1. TK Aisyah Bustanul Athfal Mangli-Jember, Jawa Timur (2010-2011)
2. SDN Sukorambi 01 Sukorambi-Jember, Jawa Timur (2011-2016)
3. SMPIT Al-Ghozali Tegal Gede-Jember, Jawa Timur (2016-2018)
4. SMKIT Ibnu Katsir Rembangan-Jember, Jawa Timur (2018-2020)

Riwayat Organisasi

–

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER