

## Seeking Validation Online: Understanding The Gratifications Sought by Using Instagram Beauty Filters = Mencari Validasi Online: Memahami Kepuasan yang Dicari dengan Menggunakan Filter Kecantikan di Instagram

Galuh Paramita Prameswari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553618&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

The usage of beauty filters in Instagram rises nowadays as women try to fit into that beauty standard and obtain validation as being naturally attractive. Using uses and gratifications theory, this research aims to show that Instagram users are trying to satisfy their affective and personal integrative needs by applying beauty filters to their pictures. Uses and gratification theory describes how media consumption is influenced by the individual needs that people attempt to satisfy. This research will use exploratory research in the form of interviews and conducted to female Instagram users between the ages of young adults and millennials, who are a heavy user of social networking platforms. Finding of this study testifies the assumptions of the gratifications sought for their personal integrative needs include gaining confidence and feeling positive about themselves, which is connected to their affective needs. This study suggests that additional studies should be done on the gratifications sought of other types of needs, as well as the analysis of other emotional experiences obtained by users on the platform.

.....Penggunaan filter kecantikan di Instagram meningkat saat ini karena wanita mencoba menyesuaikan diri dengan standar kecantikan itu dan mendapatkan validasi sebagai wanita yang menarik secara alami. Dengan menggunakan teori uses and gratifications, penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa pengguna Instagram berusaha memenuhi kebutuhan afektif dan integratif pribadi mereka dengan menerapkan filter kecantikan pada foto mereka. Teori uses and gratification menjelaskan bagaimana konsumsi media dipengaruhi oleh kebutuhan individu yang berusaha mereka penuhi. Penelitian ini akan menggunakan penelitian eksploratif berupa wawancara dan dilakukan kepada pengguna Instagram perempuan berusia dewasa muda dan milenial yang merupakan pengguna berat platform jejaring sosial. Temuan penelitian ini membuktikan asumsi gratifikasi yang dicari untuk kebutuhan integratif pribadi mereka adalah mendapatkan kepercayaan diri dan perasaan positif tentang diri mereka sendiri, yang terhubung dengan kebutuhan afektif mereka. Studi ini menyarankan bahwa studi tambahan perlu dilakukan pada kepuasan yang dicari dari jenis kebutuhan lain, serta analisis pengalaman emosional lain yang diperoleh pengguna di platform.