

ABSTRAK

Kartika Ariyanti. 190521100057. Program Studi Sosiologi. Dramaturgi Penggunaan Fitur *Close Friend* Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Penggemar K-Pop Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kesan yang ditampilkan oleh penggemar K-Pop di kalangan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura sebagai pengguna media sosial Instagram dalam unggahan *Instagram Story* baik dalam unggahan yang bersifat publik maupun *close friend*.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian ini dipilih dengan menggunakan *purposive sampling* serta menggunakan teknik Miles dan Huberman dalam proses analisis data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan kesan diri yang ditampilkan oleh penggemar K-Pop di kalangan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam unggahan *Instagram Story* yang bersifat publik adalah kesan sebagai orang yang bahagia, kesan sebagai penggemar K-Pop yang tidak fanatik, dan kesan sebagai orang yang tidak hanya menyukai K-Pop. Sedangkan, kesan yang ditampilkan dalam unggahan *Instagram Story* yang bersifat *close friend* adalah kesan sebagai orang yang tidak selalu bahagia, kesan sebagai penggemar K-Pop yang fanatik, kesan sebagai orang yang lucu, dan kesan sebagai penggemar K-Pop yang menyukai hal vulgar. Manajemen kesan yang dilakukan adalah menyeleksi foto dan video yang diunggah, mengedit foto yang diunggah, mencari kutipan kalimat yang diucapkan artis K-Pop, dan memilih lagu K-Pop yang diunggah.

Kata kunci: Fitur *Close Friend* , Dramaturgi, Instagram, K-Pop.

ABSTRACT

Kartika Ariyanti. 190521100057. Sociology Study Program. Dramaturgy of Using the Close Friend Feature on Instagram Social Media (Case Study on K-Pop Fans of Trunojoyo Madura University Students)

The purpose of this research is to find out how the impression displayed by K-Pop fans among Trunojoyo Madura University students as Instagram social media users in Instagram Story uploads, both in public and close friend uploads.

The research method used in this research is qualitative research. The data collection methods used are observation, interview, and documentation. The informants for this research were selected using purposive sampling and the Miles and Huberman technique in the data analysis process.

The results of this study show that the self-impression displayed by K-Pop fans among Trunojoyo Madura University students in public Instagram Story uploads is the impression of a happy person, the impression of a K-Pop fan who is not fanatical, and the impression of a person who does not only like K-Pop. Meanwhile, the impression displayed in Instagram Story uploads by close friends is the impression of a person who is not always happy, the impression of a fanatical K-Pop fan, the impression of a funny person, and the impression of a K-Pop fan who likes vulgar things. The impression management carried out includes selecting uploaded photos and videos, editing uploaded photos, looking for quotes spoken by K-Pop artists, and choosing uploaded K-Pop songs.

Keywords: Close Friend Feature, Dramaturgy, Instagram, K-Pop