

ABSTRAK

FENOMENA *SECOND ACCOUNT* INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA (Studi Komunikasi Hiperpersonal Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Lampung)

Oleh

Ratri Pangestuti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi hiperpersonal yang dilakukan oleh pengguna akun pertama instagram dalam fenomena *second account* instagram di kalangan mahasiswa. Penelitian ini adalah penelitian eksplanatori kualitatif yang menggunakan studi kasus sebagai metodenya dan teori hiperpersonal sebagai dasar analisis utama. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa 10 akun pertama dan 10 akun kedua mahasiswi ilmu komunikasi yang aktif digunakan baik akun pertama maupun akun kedua, penelitian dilakukan selama 1 tahun. Teknik pengumpulan dilakukan dengan observasi non partisipan dan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa komunikasi hiperpersonal yang dilakukan oleh pengguna akun pertama instagram dalam fenomena *second account* instagram karena pemilik instagram tidak menginginkan semua yang dia lakukan harus di post dan di lihat oleh semua orang, melainkan adanya perbedaan informasi yang di filter baik dari akun yang pertama dan kedua. Interaksi yang terjadi pada kolom komentar instagram pertama, memperlihatkan diri informan yang ramah juga sangat *positif*, dengan membalas komentar dengan kalimat- kalimat yang positif juga ditambah *emoticon* di akhir kalimat. Sedangkan di akun kedua para informan, lebih apa adanya, dilihat dari balasan yang dilontarkan oleh para informan, kata kata yang dipilih informan lebih sarkas dan tidak pernah digunakan untuk membalas komentar di akun pertama para informan. Adanya keterkaitan antara akun instagram dan kepercayaan, penelitian selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut tentang keterkaitan pada kepercayaan komunikasi yang terjadi dalam media sosial.

Kata kunci: *Second Account* Instagram, Komunikasi Hiperpersonal, Mahasiswa

ABSTRACT

INSTAGRAM SECOND ACCOUNT PHENOMENON AMONG STUDENTS (Study of Hyperpersonal Communication on Communication Students of Communication Studies, University of Lampung)

By

Ratri Pangestuti

This study aims to determine how hyperpersonal communication is carried out by users of the first Instagram account in the second Instagram account phenomenon. This is a qualitative explanatory research which used case studies as its method and hypersonal theory as its primary base of analysis. Sources of data in this study in the form of The data sources in this study were the first 10 accounts and the second 10 accounts of communication science students who were actively used both the first and second accounts, the research was conducted for 1 year. The collection technique was carried out by non-participant observation and interviews. The research show that hyperpersonal communication carried out by users of the first Instagram account along the second Instagram account phenomenon hence the Instagram owner did not want everything he did to be posted and seen by everyone, nevertheless there was a difference in information filtered both from first and second accounts. The interaction that occurred in the first Instagram comment column showed that the friendly informant was also very positive, by replying to comments with positive sentences and adding emoticons at the end of the sentence. Whereas in the second account the informants were more straightforward, regarded from the replies given by the informants, the words chosen by the informants were more sarcastic and were never used to reply to comments on the informants' first account. There is a relationship between Instagram accounts and trust, further research is to investigate further about the relationship between trust and communication that occurs in social media.

Keywords: Second Account Instagram, Hyperpersonal Communication, Students