**ABSTRAK**

**Penelitian ini berjudul “Fenomena *Hashtag* OOTD Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Ajang *Life Style*”. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *hashtag* OOTD menjadi ajang *life style* mahasiswa UNPAS Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011.**

**Media sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubungan dengan teman-teman untuk berbagi infomasi dan berkomunikasi. Salah satunya adalah media sosial Instagram, dimana para penggunanya dapat mengupload foto dengan memakai *hashtag* OOTD yang dapat berinteraksi dan menjadikannya sebuah fenomena.**

**Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara mendalam dengan 10 informan, interpretasi dan *Focus Group Discussion* (FGD). Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan simpulan dari sebuah teks.**

**Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh hasil bahwa *hashtag* OOTD dalam media sosial Instagram menjadi kebutuhan dalam keseharian mahasiswa UNPAS Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011, seperti dalam hal kreativitas, ide, minat dan menjadikan sebuah aktifitas, kebutuhan informasi, acuan fashion dalam sehari-harinya, serta *hashtag* OOTD membentuk life style penggunanya melalui akun pengguna lain yang dianggap tolak ukur untuk diikuti, hingga akhirnya menjadi ketergantungan. Perilaku pengguna *hashtag* OOTD mahasiswa UNPAS Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 memiliki kebiasaan kurang baik, seperti hanya untuk mengikuti trend saja, lupa akan waktu atau asyik sendiri di tengah-tenga lingkungannya.**

**Hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan ialah hendaknya dalam menggunakan *hashtag* OOTD dalam kehidupan sehari-hari tidak memaksakan diri dan pergunakanlah waktu sebaik mungkin dengan hal positif yang dapat bermanfaat bagi kebutuhan akan informasi.**

***ABSTRACT***

***Tittle of this research is “Phenomenon Hashtag OOTD In Social Media Instagram As Event Life Style”. The purpose of this research is to know how hashtag OOTD becomes event life style student UNPAS Communication generation 2011.***

***Social media is the site where everyone can make a personal web page,*** ***then connect with friends to share information and communicate. One of these is the social media instagram, where users can upload photos using the hashtag OOTD which can interact and it has become a phenomenon.***

***The research method that use is qualitative research. Data collection technique done by literature studies, observation,depth interview with 10 informants, interpretation and Focus Group Discussion (FGD). Data analytical technique in this research done with conclusions of a text.***

***Based on result of research hence obtained by result that hashtag OOTD in social media Instagram becomes requirement in all day long student UNPAS Communication generation 2011, like in the creativity, idea, interest and make an activity, requirement of information, reference fashioning on a day to day life style as well as forming users through other people’s account are considered dominant to be followed, and eventually became dependent. User behavior hashtag OOTD long student UNPAS Communication generation 2011 having unfavourable habit, like just to follow the trend only, forgotten time or besotted self medial it’s the area.***

***Things is wishing researcher to recommend as component of input is shall in should be in use hashtag OOTD in everyday life don’t force yourself and use of time as possible with a positive thing that can be beneficial for the need for information.***

**RINGKESAN**

**Panalungtikan ieu dijudulan “Fenomena *Hashtag* OOTD Dalam Media Sosial Instagram Salaku Pikeuneun Ajang *Life Style*”. Tujuan diayakeun panalungtikan ieu nya eta kanggo terang kumaha *hashtag* OOTD kapilih pikeuneun *life style* mahasiswa UNPAS Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011.**

**Media sosial mangrupa loka di mana saban jalmi bisa midamel web page pribadi,saterusna terhubungan kalawan rerencangan kanggo babagi infomasi sarta berkomunikasi. Salah sahijina nyaeta media sosial Instagram , di manten para pamake na bisa ngaupload poto kalawan nganggo *hashtag* OOTD anu bisa berinteraksi sarta ngajadikeunna hiji fenomena.**

**Metode penelitian nu gunakeun nya eta metode penalungtikan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukeun ngaliwatan studi kepustakaan, observasi, wawancara mendalam sareng 10 informan, interpretasi jeung *Focus Group Discussion* (FGD). Teknik analisis data ti lebet panalungtikan ieu dilaksanakeun ngangge simpulan ti hiji teks.**

**Berdasarkeun hasil panalungtikan mangka kenging hasil yeun *hashtag* OOTD dalam media sosial Instagram kapilih kabutuhan ti lebet ungal poe mahasiswa UNPAS Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011, sepertos dina perkawis kreativitas,ideu,minat sarta ngajadikeun hiji aktifitas,kaperluan informasi,acuan fashion dina sapoe-poena, sarta *hashtag OOTD* nyieun *life style* pamake na ngaliwatan akun pamake sanes anu dianggap tampik ukur kanggo dituturkeun,dugi ahirna barobah kaayaan kagumantungan. Laku-lampah pamake *hashtag OOTD* mahasiswa UNPAS Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 ngagaduhan kabiasaan nu kirang sae,sepertos ngan kanggo ngiring trend wae,hilap kana waktos atanapi uplek nyalira dina lingkungan balareana.**

**Perkawis-perkawis anu hoyong peneliti mendasikeun minangka bahan asupkeun ialah hadena dina ngagunakeun *hashtag OOTD* dina kahirupan sapopoe henteu maksakeun diri sarta gunakeun wantos sebaik kalawan perkawis positip anu tiasa mere mangpaat kanggo kaperluan informasi.**