**ABSTRAK**

 **Penelitian ini berjudul “FENOMENA INDOVIDGRAM PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS PASUNDAN”. Fenomena adalah teori yang dapat digolongkan ke dalam penelitian kualitatif murni di mana dalam pelaksanaannya yang berlandaskan pada usaha mempelajari dan melukiskan ciri-ciri intrinsik fenomen-fenomen sebagaimana fenomen-fenomen itu sendiri. Peneliti harus bertolak dari subjek (manusia) serta kesadarannya dan berupaya untuk kembali kepada “kesadaran murni” dengan membebaskan diri dari pengalaman serta gambaran kehidupan sehari-hari dalam pelaksanaan penelitian. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji.**

 **Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas bahwa kegiatan Indovidgram pada media sosial Instagram menjadi media ekspresi dan penuangan ide kreatif, Indovidgram menjadi media komunikasi dan Indovidgram sebagai gaya hidup.**

 **Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Teori ini menjelaskan bahwa proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif dan realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu.**

 **Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa kegiatan Indovidgram pada media sosial Instagram cenderung digunakan sebagai media ekspresi dan penuangan ide kreatif. Karena konten atau fitur yang tersedia pada media sosial Instagram sangat menunjang untuk penyaluran minat dan kreatifitas para pelaku kegiatan Indovidgram.**

 **Saran yang ingin disampaikan bagi para pelaku kegiatan Indovidgram bahwa hendaknya para pengunggah melakukan kegiatan Indovidgram sebagai media ekspresi dan penuangan ide kreatif dengan memunculkan profit atau keuntungan yang positif. Hal tersebut mampu memunculkan prestasi dan keuntungan baik bagi informan selaku pelaku kegiatan Indovidgram ataupun pihak lainnya yang terkait.**

***ABSTRACT***

 ***This study titled “PHENOMENOLOGICAL OF INDOVIDGRAM ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM AMONG STUDENT FISIP AT PASUNDAN UNIVERSITY”. The phenomenon is a theory that can be classified into pure qualitative research in which the implementation is based on the effort to learn and describe the characteristics intrinsic phenomena as the phenomena itself. Researchers should start from the subject (human) as well as awareness and attempt to return to the "pure consciousness" to free themselves from the experience as well as a picture of daily life in the conduct of the study. This study was conducted in a natural situation, so there is no limit on the meaning or understanding the phenomenon being studied.***

***This study aims to determine clearly that social media activity on Instagram Indovidgram become a medium of expression and pouring creative ideas, Indovidgram a medium for communication and Indovidgram as lifestyle.***

 ***The method in this study using a qualitative research method which using the theory Construction of Social Reality by Peter L. Berger and Thomas Luckman. This theory explains that the social process through action and interaction, in which individuals continually creating a reality that is owned and jointly experienced subjectively and social reality is a social construction that is created by the individual.***

 ***The results of this study explains that social media activity on Instagram Indovidgram tends to be used as a medium of expression and creative ideas pouring. Because the content or features available on social media Instagram is support for the distribution of interest and creativity actors Indovidgram activities.***

***Suggestions are to be conveyed to the actors Indovidgram activities that should be the uploader Indovidgram activities as a medium of expression and creative ideas to raise pouring profit or gain positive. It is able to raise achievement and good profits for the informant as actors Indovidgram activities or other relevant parties.***

**RINGKESAN**

 **Panalungtikan ieu judulna “FENOMENA INDOVIDGRAM PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS PASUNDAN”. Fenomena ieu mangrupa hiji téori anu bisa digolongkeun kana panalungtikan kualitatif murni nu palaksanaan ieu dumasar kana usaha pikeun diajar jeung ngagambarkeun ciri fenomena intrinsik salaku fenomena sorangan. Panalungtik kudu ngamimitian tina subjek (manusa) ogé kasadaran jeung nyobian mulang ka "kasadaran murni" jang ngosongkeun diri tina pangalaman ogé gambar hirup sapopoe dina ngalaksanakeun pangajaran. Ulikan ieu dipigawé dina kaayaan alam, jadi teu aya wates dina harti atawa paham fenomena nu keur ditalungtik.**

 **Ulikan ieu teh boga tujuan pikeun nangtukeun tepi ka jelas ngeunaan aktivitas Indovidgram dina média sosial Instagram anu mangrupa média éksprési jeung tuang gagasan kréatif, Indovidgram hiji médium pikeun komunikasi jeung Indovidgram salaku gaya hirup.**

 **Metodeu di ulikan ieu ngagunakeun métode panalungtikan kualitatif anu ngagunakeun téori Konstruksi realitas Sosial ti Petrus L. Berger jeung Thomas Luckman. Téori ieu ngécéskeun yén prosés sosial ngaliwatan aksi sareng interaksi, dimana individu terus nyieun hiji kanyataanana anu dipiboga sarta babarengan ngalaman subjectiv jeung kanyataan sosial nyaeta konstruksi sosial anu dijieun ku individu.**

 **Hasil ulikan ieu ngécéskeun yen nu jadi aktivitas Indovidgram dina média sosial Instagram nepi ka dipaké salaku média éksprési jeung gagasan tuang kreatif. Sabab eusi atawa fitur anu aya di media sosial Instagram nyaéta pangrojong keur sebaran kagiatan Indovidgram pikeun suku jeung aktor kreativitas.**

 **Bongbolongan anu pikeun ditepikeun ka aktor kagiatan Indovidgram nu jadi uploader Indovidgram salaku média éksprési jeung nuangkeun gagasan kreatif pikeun nimbulkeun kauntungan jeung dampak anu positif. Ieu téh bisa ngumpulkeun prestasi jeung kauntungan alus pikeun informan salaku aktor kagiatan Indovidgram atawa pihak séjén nu sasuai.**