

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer dikalangan pengguna smartphone. Pengguna aplikasi Instagram terus berkembang pesat karena aplikasi ini terus menawarkan fungsi atau keunggulan berupa fitur yang memiliki daya tarik bagi penggunanya. Melalui Instagram pengguna dapat mengambil foto atau video, kemudian mengaplikasikan fitur filter yang akan memberikan kesan estetik, pengguna pun dapat membagikan fotonya ke berbagai jejaring sosial lainnya. Awalnya aplikasi ini diperuntukkan hanya untuk kalangan fotografi namun sekarang semua orang dapat menggunakannya. (Nisa, Skripsi, 2017:13-14)



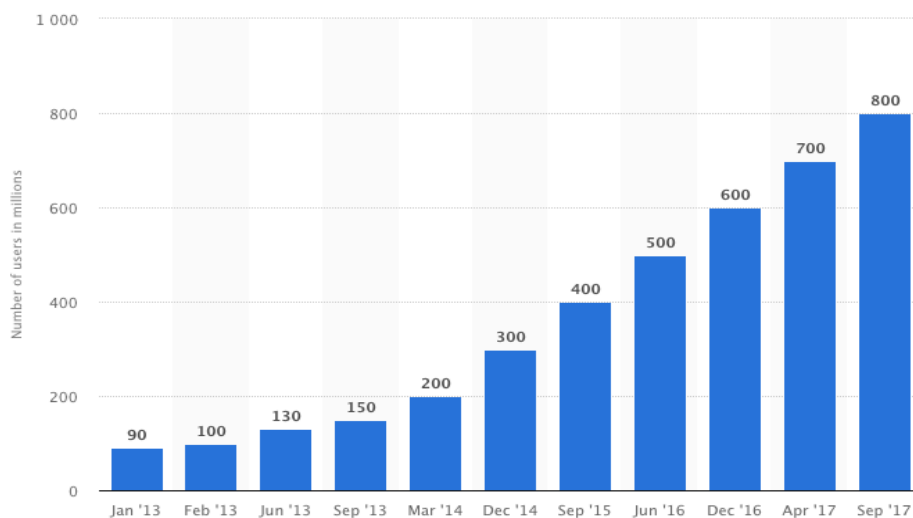
*Gambar 2.1. Instagram melalui Web
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)*

Instagram didirikan oleh dua orang, yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger. Awalnya berasal dari perusahaan teknologi Burbn.Inc yang berdiri pada tahun 2010 namun kemudian mempunyai satu platform di Iphone yang membuat Kevin dan Mike mengurangi fitur-fitur Burbn dan

hanya fokus pada satu bagian yaitu foto, komentar dan like, dan kemudian mengubah namanya menjadi Instagram.

Pada April 2011, Instagram versi Android diluncurkan, sejak saat itulah Instagram mengalami kemajuan pesat, hal ini menyebabkan Facebook tergiur mencoba untuk memberikan tawaran yang menarik untuk Kevin dan Mike. Facebook menawarkan akan membeli Instagram dengan harga \$ 1 Miliar (Safinatun, Skripsi, 2017:14-16).

Number of monthly active Instagram users from January 2013 to September 2017



Gambar 2.2. Data Statistik Jan 2013 – Sep 2017
(Sumber: <https://www.statista.com/>)

Perkembangan Instagram terus melaju pesat dilihat dari penggunaanya yang terus naik setiap tahunnya. Menurut data statistik pengguna aktif Instagram pada September 2017 sudah mencapai 800 juta pengguna jumlah tersebut terus bertambah hingga saat ini, di Indonesia sendiri terdapat 45 Juta pengguna aktif ([lihat Gambar 1.2 Data Statistik Jan 2013 – Sep 2017](#)). Secara menyeluruh, 41 persen pengguna Instagram berusia 24 tahun atau lebih muda. Instagram adalah media sosial yang paling disukai remaja bahkan mengalahkan Twitter dan Facebook. (Statista, <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>, diakses pada 18 November 2017).

Meningkatnya jumlah pengguna dan peminat Instagram dengan pesat telah membuat orang yang jeli dan cermat memanfaatkan kesempatan mengembangkan hobby, pandangan, opini, dakwah hingga bisnis mulai melirik Instagram sebagai sarannya. Saat ini, keterbatasan periode posting (maksimal 60 detik) telah membuat pengguna Instagram menjadi lebih kreatif untuk menciptakan material postingnya semenarik mungkin.

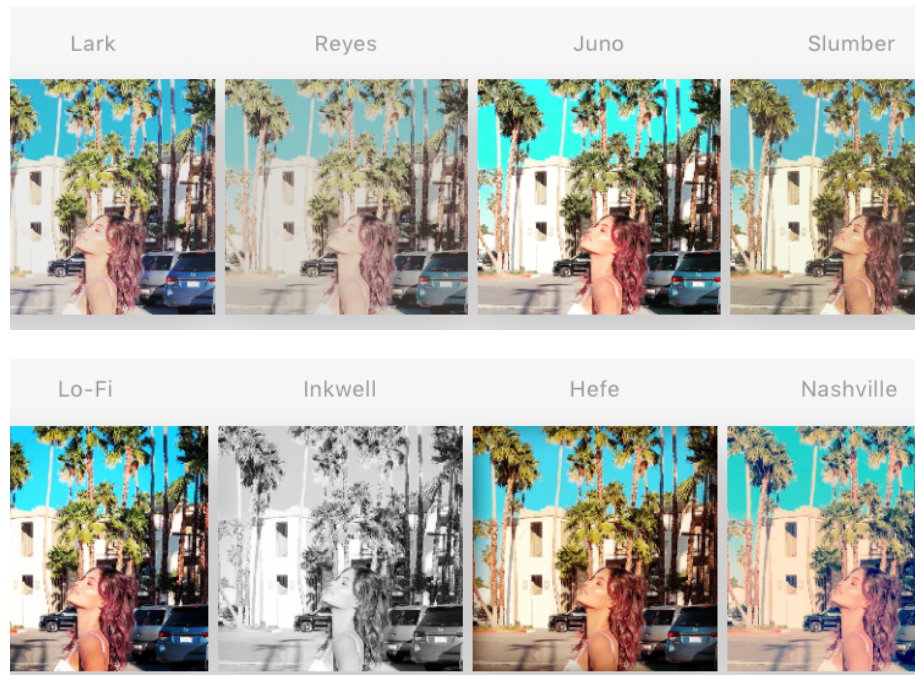
Kreatifitas menyangkut pada pengolahan isi, rekayasa video, penyajian audio, gambar dan kemasan dengan estetika tinggi sehingga menarik dan direspon oleh pengguna. Respon para pengguna Instagram bisa berupa menyukai (like), membagikan kepada pengguna yang lain (share), meneruskan kepada pengguna lainnya, atau sekedar melihat. Pengujian terhadap seberapa besar respon atau ketertarikan terhadap sebuah postingan sangat mudah diperoleh dengan menghitung jumlah “like”, “share”, “tag”, “comment”. Hasil uji ini menjadi juri yang paling obyektif untuk mengetahui apakah sebuah material postingan diterima atau ditolak netizen.

Langkah logis selanjutnya adalah pemanfaatan peluang adanya kesempatan untuk menyebarluaskan pandangan, paham, keyakinan, bisnis hingga sekedar ingin dikenal di dunia maya dengan mudah. Sudah beberapa kali terbukti, melalui tayangan di media sosial, seseorang melejit namanya dalam waktu sangat singkat. Sudah terbukti juga bahwa Instagram menjadi sarana untuk berkampanye bagi calon ataupun pendukung peserta pemilihan kepala daerah.

Seperti jejaring sosial lainnya, Instagram memiliki sebutan-sebutannya tersendiri’ yaitu:

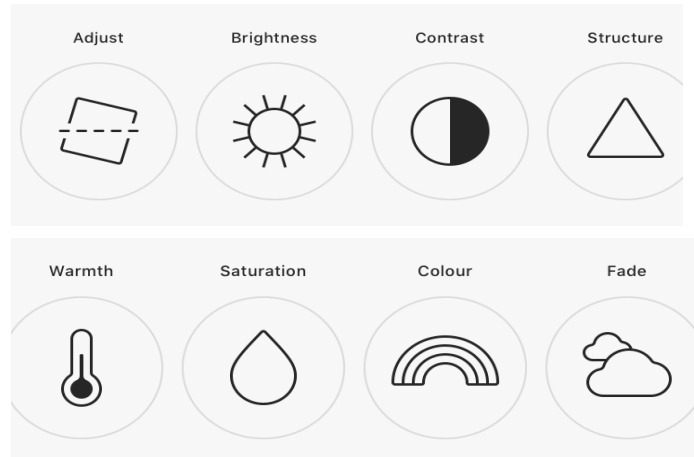
1. Posts: Fitur tempat kita memilih foto atau video yang akan kita bagikan dan mengunggahnya agar pengguna lain dapat melihatnya. Dalam fitur ini kita dapat memilih foto atau video yang ada di Galeri/Album Foto pada handphone kita atau melalui tools kamera pada fitur instgram.

2. Photo Filters: fitur ini untuk memberikan efek-efek pada foto atau video yang akan kita unggah, agar foto atau video yang akan kita unggah terlihat lebih terang, sejuk, atau bahkan mengubahnya menjadi hitam putih. Dengan beberapa pilihan nama filter seperti Gingham, Clarendon, Moon, Lark, dll.



*Gambar 2.3. Photo Filter Instagram
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)*

3. Direct Message (DM): fitur ini untuk kita bertukar pesan secara personal pada pengguna lain.
4. Photo Edit: jika pada fitur photo filter sudah ada pilihan-pilihan filter dengan contrast atau brightness yang pasti. Namun pada filter photo edit ini kita bisa mengatur sendiri contrast, brightness, saturation, dll.



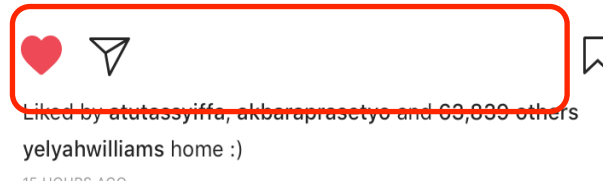
Gambar 2.4. Photo Edit
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)

5. Caption: Setiap foto atau video yang kita unggah kita dapat menambahkan ‘Judul’ atau tulisan untuk menamai dan arti dibalik foto yang telah kita unggah dengan apa yang ada dipikiran kita. Kita pun dapat menambahkan lokasi tempat kita mengambil foto atau video yang kita unggah.



Gambar 2.5. Caption Instagram
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)

6. Likes: kita juga dapat memberikan ‘likes’ pada unggahan dari pengguna lain begitu juga sebaliknya, dari fitur ini kita dapat menilai seberapa besar respon atau ketertarikan pengguna lain pada postingan kita dan apakah unggahan kita diterima atau tidak oleh netizen.



15 HOURS AGO

*Gambar 2.6. Likes
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)*

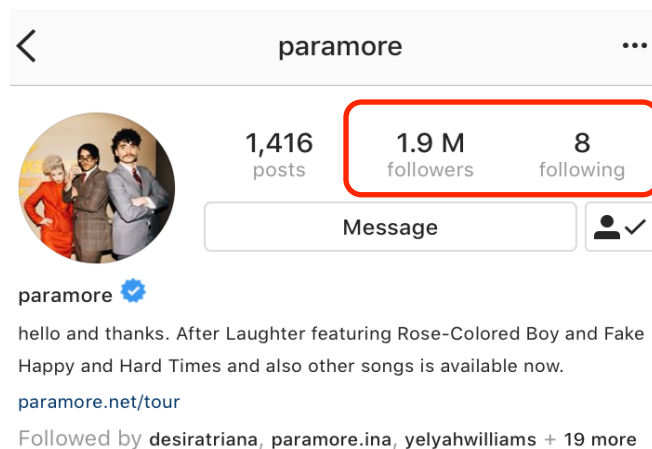
7. Comment: selain melalui 'likes' kita juga dapat melihat respon pengguna lain dari comment atau pendapat mereka pada unggahan kita.



*Gambar 2.7. Comment Instagram
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)*

8. Tag People: fitur ini memungkinkan kita untuk menandai pengguna lain pada foto yang kita unggah, bisa karna foto yang kita unggah ada kaitannya dengan orang yang kita 'tandai', dan mereka akan mendapat notification yang berbunyi '... took a photo of you'
9. Mention: mention yang artinya 'menyebutkan' fitur ini hampir mirip dengan fitur 'tag', namun difitur ini kita bisa menyebutkan pengguna lain dalam kolom

- komentar di unggahan pengguna lain, atau dapat juga digunakan ketika kita ‘reply’ atau membalas komentar pengguna lain.
10. Saved: kita dapat menyimpan unggahan user lain agar kita dapat dengan mudah menemukannya tanpa diketahui pengguna lain unggahan apa saja yang kita simpan.
 11. Home: disini kita dapat melihat unggahan dari orang-orang yang kita follow.
 12. Profile: profil merupakan kumpulan unggahan foto dan video dari suatu akun.
 13. Follower: sebutan bagi akun yang mem-follow atau mengikuti suatu akun
 14. Following: sebutan bagi akun yang di follow atau diikuti, sehingga ketika akun tersebut mengunggah foto atau video, unggahannya akan muncul di Timeline Home.



*Gambar 2.8. Follower dan Following
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)*

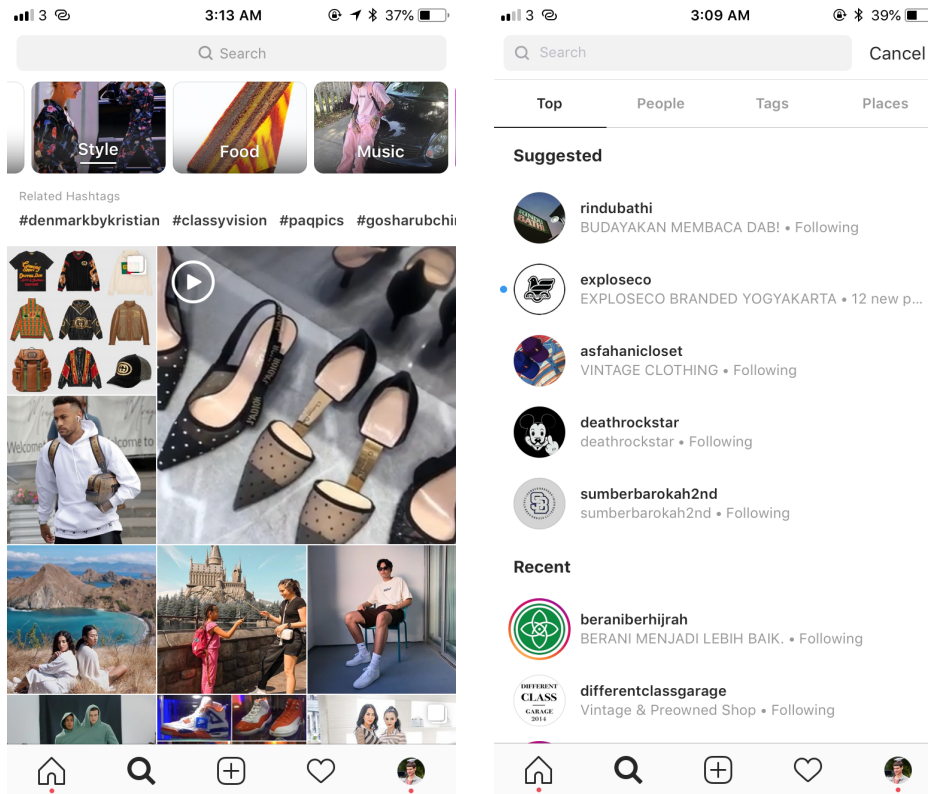
15. Archive Post: Fitur ini digunakan untuk mengarsipkan postingan agar tidak bisa dilihat oleh user lain.
16. Activity: Dalam fitur ini kita bisa melihat apa apa saja yang following kita lakukan saat mengakses instagram.

17. Bio: bio atau kepanjangan dari biodata berada pada profil akun tepat dibawah nama. Pada bio kita bebas menulis apa saja, semisal kota tempat tinggal, kontak, atau kata-kata yang mendeskripsikan diri.



*Gambar 2.9. Bio Profil Instagram
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)*

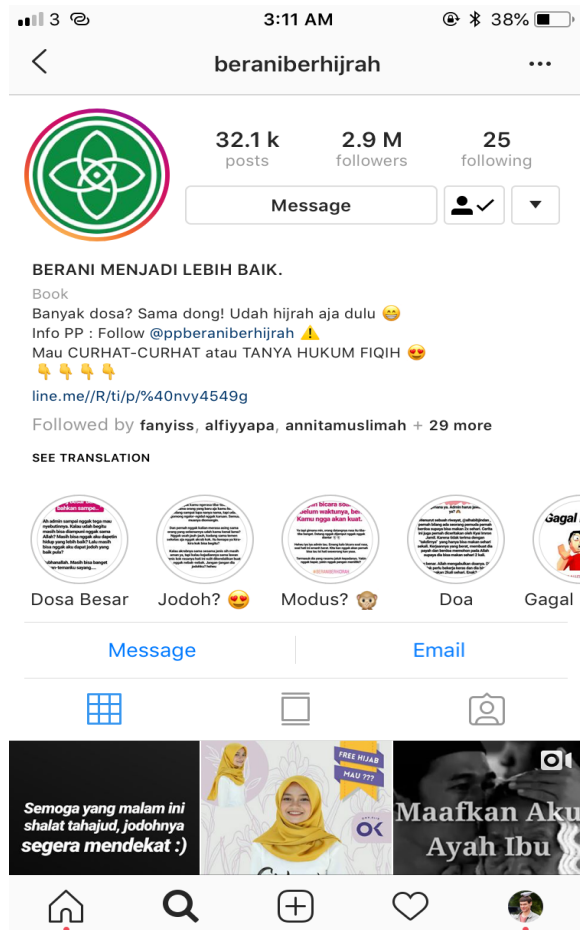
18. Notification: pada notification kita mengetahui aktivitas apa saja yang terjadi pada unggahan kita, siapa saja yang likes dan comment pada unggahan kita, dan siapa saja yang baru follow akun kita.
19. Has tag (#): dengan menambahkan hastag pada caption unggahan kita dapat mengkategorikan foto yang kita unggah.
20. Explore: kumpulan unggahan dari pengguna lain yang menurut instagram menarik dan mendapat banyak respon 'likes' dan 'comment'.
21. Search: dengan fitur ini kita dapat mencari hal yang kita cari berdasarkan nama akun (People), Hastags (#) yang tertera pada foto atau video yang diunggah (Tags), dan juga berdasarkan tempat dimana unggahan tersebut diambil (Places).



Gambar 2.10. Explore (kiri) dan Search (kanan)
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)

22. Instagram Stories: pada fitur ini kita dapat mengunggah foto atau video seperti slideshow dalam durasi 15 detik dan akan hilang pada sudah lewat satu hari karena hanya ditampilkan 24jam.
23. Highlight: Pada fitur ini kita bisa menyimpan instagram stories yang pernah kita unggah dalam profie kita.
24. IG TV: Pada fitur IG TV kita bisa mengunggah video dengan durasi yang tidak terbatas, namun hanya bisa mengunggah video dengan aspek ratio 9:10 (vertikal). Dalam ig tv juga terdapat chanel-chanel layaknya menonton televisi.
Ringkasnya pengguna Instagram berkesempatan untuk menyampaikan segala sesuatu. Demikianpun dengan dakwah, beberapa akun Instagram memfungsikannya sebagai media dakwah. Beberapa contoh akun bisa disebut di sini: @pemudahijrah @kajianislam @remaja.islami @hijrah.berjamaah.id dan masih banyak lainnya. Akun ini menjadi ajang penyampaian tuntunan hidup sebagai muslim, tanya jawab

dan diskusi tentang ajaran Islam. Media Instagram menjadi ajang yang sangat efektif dan efisien untuk keperluan dakwah Islam.



Gambar 2.12. Profil Akun @beraniberhijrah (Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)

Akun Instagram @beraniberhijrah merupakan konten Instagram yang berisi seputar dakwah Islamiyah. Akun ini pertama kali dibuat oleh Aldilla Dharma pada tahun 2014, hingga bulan Juli 2018 akun ini memiliki 2.900.000 followers (pengikut), sedangkan hanya mem-follow (mengikuti) 6 akun. Bio pada profil akun @beraniberhijrah bertuliskan “Banyak dosa? Sama dong! Udah hijrah aja dulu” akun ini pun membuka layanan curhat dan tanya jawab secara personal dengan membagikan kontakannya.

Awalnya admin dari akun ini hanya Aldilla Dharma, yang kemudian dibantu oleh 4 temannya dan terus mengalami perubahan hingga akhirnya sekarang akun ini dipegang oleh 2 admin utama, yaitu 1 admin khusus materi dakwah dan 1 admin promote. Admin menjelaskan bahwa tujuan dibuatnya akun @beraniberhijrah ini untuk mengajak banyak orang berhijrah dan menanamkan kebaikan.

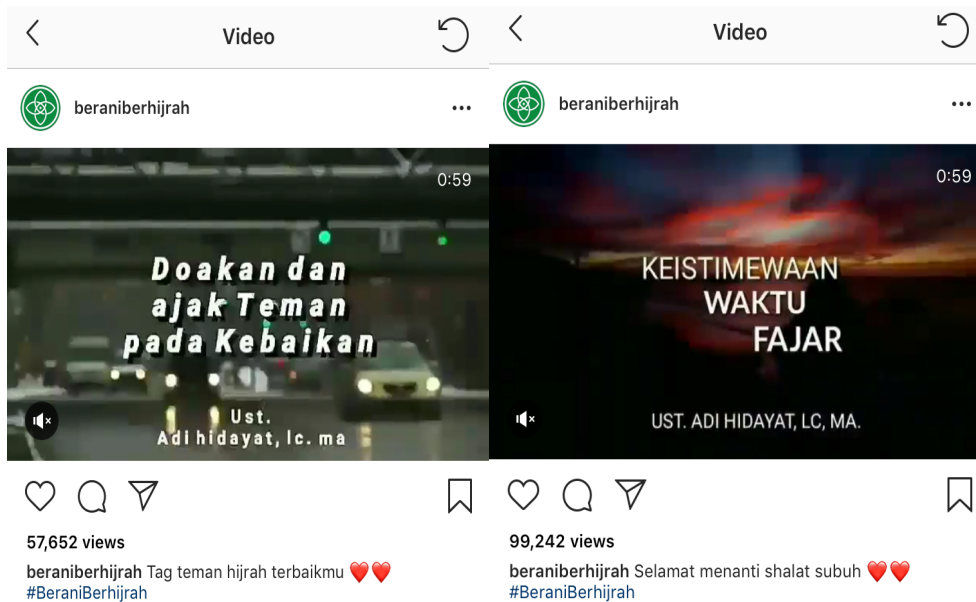
Admin @beraniberhijrah mengaku pesan dan citra yang ingin disampaikan melalui akun @beraniberhijrah adalah agar anak muda harus berideologi bebas tanpa batas, berani berbuat hal baru tapi tetap tauhid yang selalu mengiringi serta sunnah Nabi yang dijadikan pegangan diri.

Dari jawaban admin tersebut, terlihat juga bahwa target audiens dari akun ini adalah anak muda, dan menurutnya dengan dakwah melalui media sosial merupakan pendekatan terbaik dengan anak muda. Dalam sehari akun ini dapat melakukan postingan mencapai kurang dari 50 post.

Berikut contoh beberapa unggahan dari akun @beraniberhijrah.

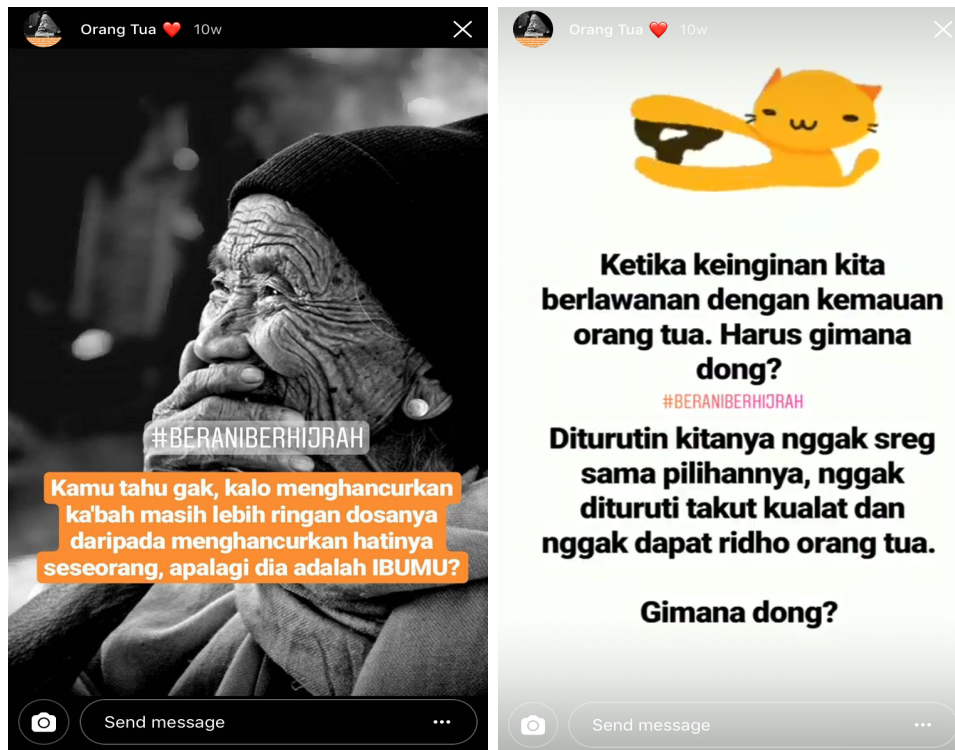


Gambar 2.13. Unggahan foto @beraniberhijrah (Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)



Gambar 2.14. Unggahan video @beraniberhijrah (Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)

Dakwah yang diberikan pun tidak hanya melalui unggahan pada home namun juga mereka sampaikan melalui instagram stories. Dan memberi kesempatan pada para followernya untuk memberi respon atau curhat di DM yang kemudian akan diberi tanggapan.



Gambar 2.15. Insta Stories @beraniberhijrah
(Sumber: Dokumen Pribadi, Screenshot)