

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah *Instagram*

Terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada Bab II ini peneliti akan membahas beberapa hal terkait dengan obyek penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini peneliti akan membahas mengenai sejarah *Instagram* dan pengenalan fungsi dari *Instagram* tersebut.

Gambar 2.1
Logo *Instagram*



Kehadiran *smartphone* membawa transformasi dari fungsi gadget yang utama. Disertai dengan fitur-fitur canggih membuat *smartphone* kini menjadi sebuah kebutuhan pokok masyarakat. *Smartphone* atau telepon pintar, namanya saja sudah teleponpintar pasti dia bisa mencari apa saja yang diinginkan oleh pengguna. Terlebih *smartphone* kini dilengkapi dengan kamera yang canggih menjadikannya lebih praktis dibawa kemana saja.

Kamera sekarang adalah hal yang paling dicari saat masyarakat akan membeli *smartphone*. Hal ini dimanfaatkan oleh pendiri *facebook*, peluang yang cukup menjanjikan ini dibuat dengan cara membuat aplikasi berbagi foto dan video yaitu *Instagram*. Kesuksesan *Instagram* pun ia raih kembali setelah kesuksesan mendirikan *Facebook* beberapa tahun lalu. Hal ini terbukti dari *website* liputan6.com, *Instagram* saat ini memiliki 400 juta pengguna di seluruh dunia. Pada hari pertama dirilis, menurut pendiri *Instagram*, Kevin Systrom, layanan tersebut berhasil memikat 25 ribu pendaftar <http://teknoliputan6.com/read/2335921/melongok-sejarah-instagram-5-tahun-lalu> .

Instagram berdiri pada tanggal 6 oktober 2010, Awalnya, Kevin dan Mike menciptakan aplikasi *mobile web* bernama *Burbn*. Aplikasi ini punya fitur semacam *check-in* lokasi, pengguna akan mendapatkan poin di aplikasi ini setiap kali mereka *check-in* saat bergaul dengan teman, posting foto, dan banyak lagi. Tapi, karena fitur di dalam aplikasi *Burbn* terlalu banyak, kemudian mereka membuat aplikasi baru yang lebih mudah yaitu *Instagram*.

Kevin dan Mike membuat *Instagram* dengan 3 macam fitur, yaitu posting foto, komentar dan *like*. Fitur ini memudahkan pengguna *Instagram* bermain dengan sosial media ini. Nama *Instagram* diambil dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan”. Kata instan juga diambil dari cara kerja kamera Polaroid yang menghasilkan foto secara instan.

Makanya, lambang *Instagram* mirip kayak kamera Polaroid. Sedangkan “gram”, diambil dari kata “telegram” yang berarti cara kerjanya mengirimkan informasi secara cepat.

Kesuksesan *Instagram* membuat trend baru dikalangan masyarakat. Disamping mengambil gambar, pengguna *Instagram* biasanya tidak sabar untuk mengupload foto terbarunya ke sosial media *Instagram*. Awal mula aplikasi ini dibuat hanya bisa diunduh dengan telephone yang berbasis *Apple*, namun sekarang dikembangkan kembali agar telepon yang berbasis Android bisa menikmati layanan berbagi foto yang sedang populer dikalangan masyarakat. *Instagram* cukup membuat perubahan di lingkungan wisata, contohnya sekarang banyak spot foto-foto yang dimanfaatkan masyarakat untuk mendapatkan banyak pengunjung. Inovasi ini juga menjadikan tempat wisata yang sebelumnya terkesan biasa aja menjadi lebih menarik dengan spot foto yang dibuat sebegitu unik dan menarik.

Berbagai macam fitur yang disuguhkan *Instagram* untuk menarik pengguna sosial media. Fitur pengambil gambar atau kamera yang ada di aplikasi *Instagram*. Setelah pengguna *Instagram* mengambil gambar dengan aplikasi tersebut, lalu pengguna mengedit foto sesuai kemauan dengan memilih filter yang sudah ada di dalam aplikasi *Instagram*, yaitu *Clarendon, Gingham, Moon, Lark, Reyes, Juno, Slumber, Crema, Ludwig, Aden, Perpetua, Amaro, Mayfair, Rise, Hudson, Valencia, X-proII, Sierra, Willow, Lo-fi, Inwell, Hefe, Nashville*.

Setelah fitur filter, fitur editing juga telah tersedia disatu rangkaian aplikasi *Instagram*. Fitur editing tersebut adalah sebagai berikut, ada *Adjust, Brightness, Contrast, Structure, Warmt, Saturation, Colour, Fade, Highlights, Shadows, Vignette, Till Shift, dan Sharpen*. Fungsi dari fitur editing tersebut adalah untuk membuat foto yang akan diposting terlihat lebih baik, menerangkan foto ketika foto yang akan diposting tersebut kurang cahaya dan akan membuatnya lebih jelas.

Selain itu, *Instagram* juga memiliki fitur kolom lokasi, kolom ini berguna untuk memberi keterangan lokasi foto yang akan diupload. Fitur ini memudahkan pengguna *Instagram*lain yang tertarik dengan postingan foto yang telah diunggah, hanya tinggal meng-klik lokasi yang ada di atas foto lalu sudah tertera alamat dan *maps* menuju ke tempat tersebut. Adapun kolom *caption* atau judul foto untuk memberi keterangan pada gambar.

Instagram juga memberikan fitur yang bisa membagikan foto melalui media sosial lainnya. Contohnya, *facebook* dan *twitter*. *Instagram* bisa menghubungkan foto yang diposting dan membagikan ke media sosial *facebook* dan *twitter* dengan menghidupkan sosial media mana yang ingin dihubungkan dengan *Instagram*.

Agar aplikasi *Instagram* ini menarik dan bisa dinikmati oleh pengguna yang lain, maka *Instagram* memberikan fitur *followers* yang berarti pengikut. Pengikut ini berperan sebagai pengguna *Instagram* yang

mengikuti sebuah akun *Instagram*.Lalu mereka memberikan respon berupa memberikan *like* dan komen diposting yang diunggah. Butuh banyak *followers* agar mendapat banyak *like* dan komen. Untuk mendapatkan banyak *followers* maka harus ada konten yang unik dan menarik agar pengguna *Instagram* atau *follower* tertarik.

Like, adalah gambar hati dibuat untuk memberikan apresiasi kepada pengunggah foto. Kolom *Comment* ini bertujuan untuk mengomentari unggahan foto dan untuk mendapatkan *feedback* dari *followers* atau pengikut. *Home* adalah beranda halaman awal *Instagram*, lalu *Direct Messages* untuk memberikan pesan, foto atau video kepada pengguna *Instagram* tanpa orang lain mengetahui. *Explore* adalah halaman populer ketika sebuah unggahan foto mendapat banyak apresiasi berupa *like* atau komen terbanyak maka foto tersebut akan ada dihalaman populer dan akan terlihat diseluruh dunia.

News bar, adalah suatu fitur yang memberitahukan aktivitas terbaru pengguna *Instagram*.Aktifitas terbaru mengenai pengguna memberikan *like*, komen, *mentions* dan sebagainya difotonya atau difoto pengguna *Instagram* lainnya.Pengguna *Instagram* juga dapat mencari sesuatu yang diinginkan dengan mencari di kolom *search*, bisa dengan kata yang dicari atau dengan tagar (#) agar memudahkan pencarian, tanpa menggunakan tanda spasi.

Kini *Instagram* mengeluarkan fitur terbarunya.Setelah *Instagram* gagal membeli *snapchat*, *snapchat* adalah suatu aplikasi berbagi foto dan

video dengan filter dan editing gambar-gambar lucu atau hewan-hewan. Lalu *Instagram* membuat meluncurkan fitur terbarunya seperti *snaphat* dihalaman depan atau beranda. Tidak jauh berbeda dengan *snaphat*, *Instagram* memberikan filter yang cukup menarik dan bervariasi fitur yang ada didalamnya. *Instagram* memberikan fitur terbarunya dengan nama *Instagram story*. Layanan ini hanya bisa nikmati dalam waktu 24 jam, setelah itu *stories* akan hilang dan tidak tersimpan di *gallery Instagram*.

Instagram story adalah fitur berbagi foto dan video berdurasi 15 detik. Fitur ini dilengkapi dengan *live* atau siaran langsung untuk memudahkan pengguna *Instagram* berinteraksi langsung dengan *followers*. *Boomerang* adalah fitur gambar bergerak, *Rewind* memutar video dari halaman belakang ke halaman depan, lalu *Hands-free* fitur ini memudahkan ketika pengguna merekam video tanpa menekan tombol terlalu lama hanya sekali tekan video sudah terekam dengan sendirinya.

Interaksi-interaksi yang terjalin di sosial media *Instagram* membuat banyak pengguna *Instagram* bekerja sama, saling tukar pikiran dan membuat sesuatu yang baru membuat banyak kalangan anak muda yang berpartisipasi menggunakan *Instagram* untuk menuangkan ide-ide dan memberikan sesuatu yang bisa dinikmati pengguna *Instagram* yang lain.

B. Gambaran Umum Akun *Instagram* @jogjafood

1. Sejarah @jogjafood

Kemunculan media sosial *Instagram* saat ini cukup menyita perhatian masyarakat, khususnya anak muda, untuk memanfaatkannya dalam mengakses gambar atau video. Pada bab II ini, peneliti akan membahas terlebih dahulu tentang sejarah terbentuknya akun *Instagram* kuliner @jogjafood. Akun *Instagram* kuliner @jogjafood dibuat pada bulan juni 2014, sebuah akun kuliner yang ada di media sosial *Instagram* yang mengulas tentang kuliner, *fashion* dan *lifestyle* yang ada di Yogyakarta.

Pemilik akun *Instagram* @jogjafood bernama Rospita Fajar Utami yang kini berusia 25 tahun, yang melatarbelakangi pemilik akun *Instagram* @jogjafood mendirikan akun kuliner tersebut karena ia sangat menyukai dunia kuliner dan juga *conten creator* maka dari itu ia menggabungkan keduanya menjadi sebuah ide untuk memberikan inovasi mengenai dunia kuliner kepada masyarakat.

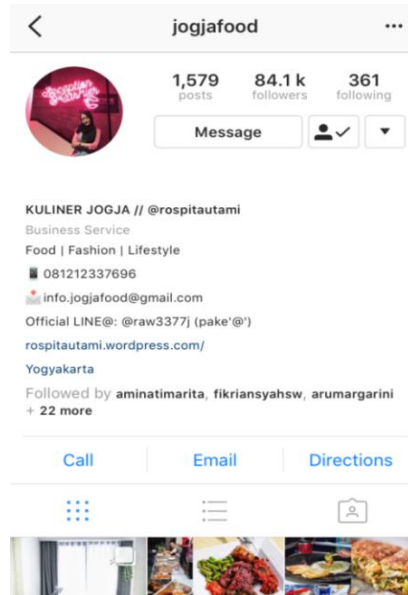
Akun @jogjafood ini diambil dari kata “*food*” berasal dari bahasa inggris yang berarti makanan dan “*jogja*” yang berarti kota Yogyakarta. Akun @jogjafood ini konsisten membahas konten media berbagi informasi melalui gambar dan video terkait kuliner yang ada di kota Yogyakarta. @jogjafood selain menampilkan gambar dan video, juga mencantumkan lokasi tempat kuliner yang diposting serta mendeskripsikan kuliner tersebut.

Keterangan lokasi yang dicantumkan pada setiap postingan akun *Instagram@jogjafood* ini berperan sangat penting, karena lokasi ini memudahkan *followers* untuk mengunjungi tempat-tempat kuliner yang diposting akun *Instagram @jogjafood*. Akun *Instagram* yang kini sudah mendapatkan *followers* hingga 89.200 ribu ini cukup diminati oleh banyak pengguna *Instagram* karena postingannya *up-to-date*, unik, dan cukup menarik perhatian karena foundernya detail memberikan informasi wisata kuliner yang diposting.

Media sosial *Instagram*, media yang cukup baru dan langsung banyak diminati hingga 700 juta pengguna di dunia. Media sosial yang berisikan konten berbagi foto dan video dengan instan dan mudah membuat penggunanya bisa menceritakan kembali momen-momen yang pernah mereka alami.

Melihat sosial media *Instagram* bisa menjadi peluang yang cukup menarik, membuat founder mencoba untuk membuat akun wisata kuliner di Yogyakarta untuk memperkenalkan ke khalayak ramai dengan banyaknya wisata kuliner yang ada di Yogyakarta. *@jogjafood* adalah akun *Instagram* yang memposting foto dan video berupa makanan khas atau yang sedang naik daun dan banyak diminati oleh masyarakat Yogyakarta.

Gambar 2.2 Profil Akun Instagram @jogjafood



Tujuan utama akun ini adalah untuk memperkenalkan wisata-wisata kuliner yang ada di Yogyakarta dan mampu menjadi referensi saat mencari makanan-makanan yang unik dan terbilang baru. Pada awalnya akun @jogjafood memperkenalkan makanan yang berciri khas kota Yogyakarta, seperti gudeg, brongkos, jadah tempe, tiwul, bakmi jawa dan lain sebagainya.

Sebagai kota yang kental dengan adat istiadat, memiliki budaya yang menarik dan masyarakatnya yang masih tradisional, membuat wisata kuliner yang ada di kota Yogyakarta menarik. Cara memasak, tempat makan dan perabotan yang masih tradisional membuat daya tarik tersendiri. Hal ini membuat founder @jogjafood semakin tertarik untuk mengunggahnya ke akun *Instagram* kuliner.

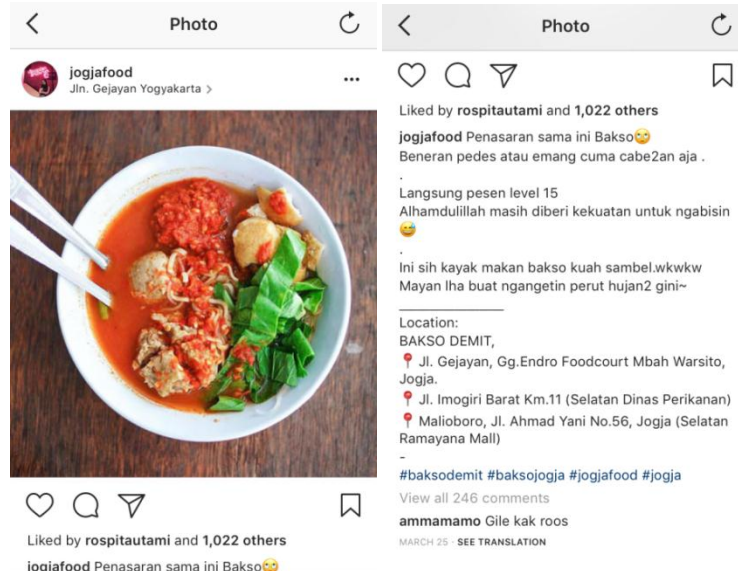
Postingan foto yang menarik, teknik fotografi yang dipakai mempengaruhi hasil foto yang bagus dan menarik *followers* untuk berkunjung ke wisata yang diposting tersebut. Kamera yang canggih juga membuat hasil foto lebih jernih dan *detail*. Postingan makanan yang diunggah oleh akun *Instagram @jogjafood* mengedepankan *detail* dalam mengambil gambar, angle yang memberi kesan menarik, dan fokus terhadap makanan yang akan diposting.

Founder akun *Instagram @jogjafood* tidak hanya memberikan informasi seputar kuliner, *fashion* dan *lifestyle*. Founder akun *@jogjafood* juga sering berinteraksi dengan *followers* yang merasa kurang mengerti atau menanyakan lebih *detail* tentang wisata kuliner yang diposting di kolom komentar. Tidak hanya itu saja, founder akun *Instagram @jogjafood* juga sering memberikan *reward* kepada *followers* agar tetap terjalin komunikasi dan menjadi cara agar *followers* tidak pindah ke akun kuliner yang lain.

Reward ini diberikan kepada *followers* tidak dengan cara yang mudah. *Followers* harus mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku, dan ketika *followers* tersebut menang dan terpilih sebagai pemenang *give away* maka *followers* tersebut akan diberitahukan lewat *direct messages*. *Reward* yang diberikan kepada *followers* berupa *voucher* makan gratis di tempat-tempat makan yang sudah tertera di keterangan gambar.

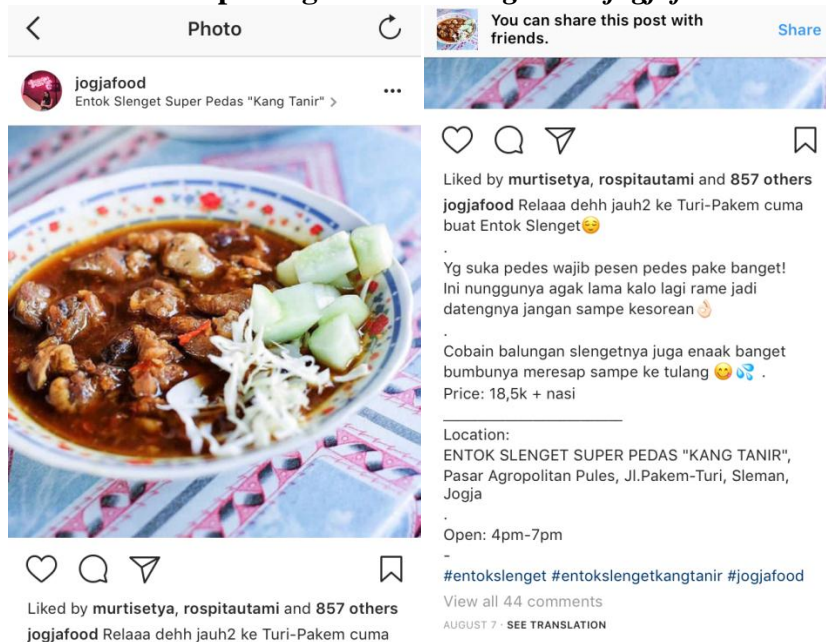
Gambar 2.3

Contoh postingan akun *Instagram* @jogjafood



Gambar 2.4

Contoh postingan akun *Instagram* @jogjafood



Gambar 2.5
Contoh postingan give away di akun Instagram @jogjafood



Gambar 2.6
Contoh postingan give away di akun Instagram @jogjafood

