

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI



A. Profil Harnojoyo

Harnojoyo, Sos, lahir di Tanjung Sakti 18 September 1967 umur 52 Tahun dari pasangan H. Sapril dan Hj. Ruhinah.¹ Mereka tinggal di sebuah rumah yang letaknya tidak jauh dari kawasan gunung dempo nan sejuk, hidup mereka cukup sederhana dan bisa dikatakan jauh dari kemewahan. Walikota Palembang ini terkenal dengan aksi terjun langsung ke lapangan untuk melakukan aksi bersih-bersih bersama dengan para bawahannya. Sikap ini rupanya terbentuk sejak beliau masih duduk di bangku Sekolah Dasar (SD). Setiap hari minggu, Harnojoyo sejak kecil sering diajak gotong royong oleh neneknya bersama cucu-cucu yang lain untuk bersih-bersih lingkungan di tempat tinggalnya, selain itu beliau juga sering diajak merumput di kebun kopi milik neneknya dan ketika selesai pekerjaan kebiasaan neneknya sering berbagi bersama cucu-cucunya, saat itu Harno tidak

¹ <https://infopemilu.kpu.go.id/Paslon/TahapPenetapan>. Diakses dari 22 April 2019.

pernah mau mengambil upah atau pemberian dari neneknya karena baginya hal tersebut merupakan bagian dari tanggung jawabnya untuk membantu orang tua.

Saat usianya menginjak belasan tahun, kerja keras dan tak kenal lelah terlihat dari dirinya, usai lulus Sekolah Menengah Pertama (SMP) ia memutuskan untuk merantau ke wilayah Lampung guna melanjutkan pendidikannya. SMA YP UNILA Lampung menjadi pilihan untuk memulai susasana baru dalam menempuh pendidikannya, beliau sadar bahwa pendidikanlah yang nanti mambu membekalinya untuk hidup mandiri. Tidak hanya itu, ketika lulus SMA beliau bertekad melanjutkan pendidikannya ke tingkat Universitas dengan segala keterbatasan ekonomi, Harnojoyo Muda mulai berpikir untuk mencari penghasilan tambahan agar dapat meringankan beban kedua orang tuanya, hingga beliau memutuskan untuk bekerja di PT BANK BALI Lampung.

Harnojoyo muda semakin fokus untuk bekerja, pasang surut banyak beliau lalui, bahkan ketika pulang kerja (malah hari) beliau memanfaatkan untuk menjadi supir taxi di Hotel Marcopolo, bahkan ketika hari libur beliau juga memanfaatkan untuk bekerja sebagai karnet angkot pun sudah beliau jalani, namun pekerjaan sampingan itu tidaklah mengurangi prestasi yang beliau capai. Semua pekerjaan yang dilakukan Harnojoyo penuh dengan optimis dalam mewujudkan cita-cita, baginya dalam pekerjaan harus serius dan ikhlas karena bekerja merupakan bagian dari ibadah kepada sang pencipta.²

Menempuh pendidikan di Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Negara di Universitas Bandar Lampung (UBL) menjadi dasar baginya agar kelak dapat berkarya dan bermanfaat bagi masyarakat. Genap

² Laskar Sriwijaya. Diakses 22 April 2019. Hal 1

berusia 27 Tahun, Harnojoyo memutuskan untuk menikahi seorang gadis pujaannya yang berasal dari daerah yang sama, satu tahun setelah kelahiran anak pertama pada Tahun 1997 Harnojoyo diajak istri untuk hijrah ke Kota Palembang, Ibu Kota Provinsi dimana beliau berasal. Ketika di Palembang Harnojoyo tetap melanjutkan pekerjaannya di BANK BALI cabang Palembang. Tidak lama kemudian pada Tahun 1998 beliau memutuskan untuk keluar dari BANK BALI yang saat itu sudah sembilah tahun beliau geluti.

Berbekal pengalamannya yang beliau jalani di dunia kerja tersebut, melihat peluang dalam berjualan ayam sangat menjanjikan lalu beliau memutuskan mencoba berbisnis. Dengan restu keluarganya bisnis jualan ayam dirintis mulai dari nol, mulai dari jualan di pasar 16 Ilir Palembang sebagai pedagang kaki lima, hingga menjadi “broker” ayam. Saat sukses menjalani usahanya, beliau pun berpikir untuk mengembangkan usahanya agar dapat bermanfaat bagi orang lain dengan melibatkan saudara dan sahabatnya. Usaha ayam yang dirintisnya dari nol tersebut berhasil dan sampai saat ini masih diteruskan oleh adiknya. Untuk tetap mengembangkan usahanya hingga lebih besar lagi, Harnojoyo memutuskan terjun langsung ke dunia politik dengan maksud lebih banyak bergaul dan membangun relasi.

Karier politiknya dimulai ketika dirinya masuk sebagai kader Partai Demokrat pada Tahun 2003, Partai Demokrat yang dipilihnya karena dilatari atas kekagumannya pada sosok Susilo Bambang Yudhoyono (SBY). Keseriusan dan militan sebagai kader, lalu beliau dipercaya untuk menjadi Ketua DPAC Partai Demokrat Kecamatan Ilir Barat I hingga maju sebagai calon Legislatif dan akhirnya terpilih menjadi anggota DPRD Kota Palembang tahun 2004. Tidak

sampai disitu, karier politiknya kembali meroket saat beliau dipercaya memimpin Partai Demokrat Kota Palembang pada Pemilihan Legislatif tahun 2009 lalu, berkat kepercayaan rekan-rekannya di Fraksi Demokrat dan Anggota DPSR Fraksi lainnya, beliau dipilih menjadi Ketua DPRD Kota Palembang periode 2009-2014, tidak kemudian pada musyawarah daerah Partai Demokrat Kota Palembang beliau kembali dipercaya menjadi Ketua DPC Partai Demokrat Kota Palembang untuk kedua kalinya.

Menjabat sebagai Ketua DPRD dan DPC Partai Demokrat Kota Palembang, Harnojoyo tergerak hatinya untuk berbuat lebih banyak lagi untuk masyarakat, dirinya berkomitmen berjuang demi kesejahteraan Masyarakat Kota Palembang, hal ini didasari atas kecintaannya terhadap Ibu Kota Sumatra Selatan. dengan demikian Harnojoyo maju ke Pemilukada Kota Palembang tahun 2013 sebagai Calon Wakil Walikota Palembang dari Partai Demokrat dan berpasangan dengan Romi Herton sebagai Calon Walikota dari Partai PDI Perjuangan hingga terpilih sebagai Walikota dan Wakil Walikota Palembang periode 2013-2018.

Di masa kepemimpinannya Kota Palembang sebagai Kota Metropolitan mendapat banyak penghargaan, salah satunya ialah, Adipura Kencana tahun 2014, Kota Udara Terbersih 2015 hingga Kota Layak Huni dan lainnya. Harnojoyo juga bertekad di masa kepemimpinannya dapat berkarya dan memberikan yang terbaik bagi masyarakat Kota Palembang hingga dapat bermanfaat bagi generasi mendatang.³

Oleh karena itu, terbentuklah *personal brand* yang beliau ciptakan seperti, Safari Shubuh (sholat berjama'ah), Gotong Royong hingga Blusukan ke Pasar dan

³ Ibid. Hal 2

juga terkait dengan Visi Kota Palembang yaitu “Palembang Emas Darussalam”. Adapun tujuan dan manfaat safari shubuh yang dilakukan Harnojoyo untuk memakmurkan Masjid dan Mushola yang ada di Kota Palembang, memotivasi masyarakat agar bangun pagi dan memanfaatkan waktu pagi dengan baik seperti, silaturahmi dan membersihkan lingkungan sebelum melanjutkan aktivitas sehari-hari serta menyerap aspirasi masyarakat agar tercapainya Palembang Emas Darussalam.⁴

Hingga pada Tahun 2018 beliau mencalonkan diri lagi sebagai Walikota Palembang berpasangan dengan Fitrianti Agustinda sebagai Wakil Walikota Palembang. Pertama kali yang mengumumkan Harnojoyo akan mencalonkan diri lagi sebagai Walikota Palembang adalah Partai Demokrat, pada saat itu Partai Demokrat menggelar acara di Benteng Kuto Besak (BKB) bersama masyarakat. Sekjen DPP Partai Demokrat mengumumkan akan mengusung Harnojoyo untuk menjadi Walikota Palembang 2018-2022 bersama Fitrianti Agustinda sebagai Wakil Walikota Palembang. Dengan maraknya media sosial instagram sebagai salah satu strategi dalam kampanye yang membuat banyak masyarakat mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan Harnojoyo dan itu juga menjadikan nilai baik bagi Harnojoyo, karena setiap postingan gambar yang Harnojoyo buat mendapat tanggapan dari masyarakat dengan memuji programnya tersebut.

Oleh sebab itu, Harnojoyo sebagai salah satu kandidat menggunakan media sosial instagram untuk pembentukan *personal brand* sekaligus penyampaian pesan politik yang beliau buat. Instagram Harnojoyo ada sejak Tahun 2015 dengan pengikut (followers) sebanyak 61.000 ribu, mengikuti

⁴ Ibid hal 2

(following) sebanyak 1.256 ribu. Isi pada akun instagram Harnojoyo memperlihatkan kegiatan beliau, baik sebagai Walikota Palembang maupun pribadi.

Postingan pertama dalam akun instagram Harnojoyo pada tanggal 15 Mei 2015. Pada pertama penggunaan instagram, Harnojoyo mempost foto kegiatan beliau sebanyak enam gambar dalam satu hari. Kemudian hari-hari selanjutnya tiga gambar sehari sampai seterusnya. Memasuki tahun-tahun kampanye yaitu 2018 postingan pada akun instagram Harnojoyo sering terlihat. Pada Tanggal 1 Januari 2018 sampai selanjutnya beliau sering mempostingan kegiatan yang berdasarkan brand Harno, kemudian diiringi dengan komentar-komentar masyarakat.

B. Instagram dan Perkembangannya

1. Pengertian Instagram

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi, blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat seluruh dunia.⁵ Jejaring sosial yang terbesar yaitu facebook, myspace, plurk, twitter, dan instagram. Mengenai jejaring sosial yang terbesar yaitu salah satunya instagram, maka peneliti akan menjelaskan pengertian instagram, sejarah instagram, dan juga perkembangan instagram di Indonesia.

⁵ Op.cit, Hal 12

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “instan-telegram”.

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.⁶

2. Sejarah Instagram

Welcome To Instagram, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram. Di startup yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger

⁶ Bambang Dwi Atmoko, Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel (Jakarta:Media Kita, 2012) Hal 10

bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (Apple), Bill Gates pendiri (Microsoft), Mark Zuckerberg pendiri (Facebook), Matt Mullenweg pendiri (Wordpress), google dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda.⁷

Kevin adalah sarjana lulusan Stanfrod University pada tahun 2006 dengan jurusan Management Science & Engineering. Kevin mulai mengenal startup sejak magang di Odeo yang kemudian bernama Twitter. Dua tahun setelah itu, kevin 12 bekerja di google yang mengerjakan gmail, google reader, dan lainnya termasuk tim Corporate Development. Setelah keluar dari google, Kevin bekerja di perusahaan Nextstop, ditempatkan di bagian pemasaran dan melakukan banyak hal mengenai engineering. Di perusahaan ini, Kevin menuangkan ide-idenya dengan belajar bagaimana membuat program, salah satu ide yang paling menarik perhatiannya adalah mengombinasikan elemen FourSquare (Check in) dengan elemen Mafia Wars. Kemudian lahirlah nama Burn. Kevin kemudian membangun sebuah prototipe dari ide HTML dan menyerahkannya kepada beberapa teman. Dalam waktu dua minggu Mike Krieger masuk ke dalam tim Burn, Mike merupakan alumni dari Standford University dengan jurusan Symbolic Systems dengan fokus pada Human Computer Interaction. Selama masa kuliah, Mike magang di Microsoft untuk tim Power Point dan Foxmarks (Xmarks) sebagai Software developer.

Burbn,Inc merupakan teknologi starup yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam berbasis HTML5 yang digunakan

⁷ Ibid, Hal 13

untuk check in lokasi, mendapatkan poin untuk hang out dengan teman, posting foto, dan update status. Pada mulanya Burbn, inc. Memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 Mobile (Hiper text markup language 5), namun kedua CEO (Chief Executive Officer). Kevin Systrom dan Mike Krieger sekarang hanya memfokuskan pada satu hal saja. Dan membuat sebuah versi prototipe pertama dari Burbn, yang berfokus pada foto saja. Namun di dalamnya masih banyak kendala dan belum sempurna, sehingga Kevin dan Mike memutuskan untuk kembali menciptakan versi asli Burn. Versi Burbn yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan di dalam iphone, yang dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media sosial Instagram. Karena passion Kevin di bidang fotografi, ternyata tren pengguna Burn lebih banyak memanfaatkan fitur photo sharing dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah prototipe aplikasi photo sharing.⁸

Instagram membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek “right here right now” dengan ide merekam sesuatu dalam 13 kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama Instagram.

⁸ Ibid, Hal 7

Kevin dan Mike selama delapan minggu melakukan perbaikan Burn untuk bertransformasi menjadi Instagram (IG) yang hanya fokus ke layanan berbagai foto, dan menganalisis kelebihan dan kekurangannya, dari analisis tersebut, ada tiga hal yang menjadi dasar Kevin dan Mike mengembangkan aplikasi ini. Pertama, foto mobile terlihat kurang memuaskan. Meskipun jumlah megapiksel pada kamere ponsel terus naik, kebanyakan foto mobile tidak memiliki mood dan tone, Instagram berupaya untuk mengubahnya dengan cara sederhana untuk foto menggunakan beberapa preset filter hanya dengan satu klik. Salah satu yang dijadikan ciri khas adalah membuat efek filter, pembuatan filter ini merupakan kombinasi dari banyak metode yang berbeda. Kedua, kesulitan untuk berbagai kesemua teman-teman, IG (Instagram) kemudian membuat cara yang sangat sederhana untuk berbagai foto tidak hanya dengan pengikutnya dalam komunitas Instagram, tetapi juga dengan Facebook, Twitter, Flickr, dan Tumblr. Semuanya hanya dengan satu klik. Ketiga, butuh waktu yang sangat lama untuk upload foto dan melihatnya pun sangat lambat, Instagram berupaya membuat pengalaman mengunggah, berbagi, dan melihat foto sehalus dan secepat mungkin dengan perangkat iPhone terbaru atau yang lama sekalipun.

Karakteristik berikutnya adalah menciptakan format tampilan foto. Foto persegi dipilih karena sangat baik ketika ditampilkan dalam format feed. Saat pembuatan aplikasi ini, Kevin dan Mike berfokus hanya di iPhone. Peluncuran Instagram pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan data center untuk menyimpan foto-foto dari pengguna.

Dalam waktu seminggu saja, penggunaanya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan upgrade. Seluruh situs Instagram dipindah ke layanan berbasis Cloud Amazon yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat buzz di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di trending topic dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu sekitar 2,5 bulan pengguna Instagram dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang. Selama lebih dari setahun, Instagram hadir secara eksklusif di platform IOS.

Kini Instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari Apple, App Store telah beberapa kali memberikan apresiasi kepada Instagram, seperti masuk dalam featured 14 app, top free app untuk kategori fotografi, dan puncaknya adalah diberikannya penghargaan sebagai App Of The Year 2011. App Store adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari iphone, ipad touch dan ipad. Instagram menjadi layanan photo sharing yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke platform lain yaitu Android, karena platform buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Masuk ke platform buatan google berarti menjangkau lebih banyak lagi pengguna di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada platform di android. Jumlah pengguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat.

Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan photo sharing dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya

berselang 9 hari setelah booming kehadirannya di android, perusahaan ini diakuisi oleh. Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda.

Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “follow”, “like” foto dan “popular” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna Smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat.

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk platform IOS pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring untuk mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian Instagram mengeluarkan fitur hashtag atau tagar pada tanggal 27 Januari 2011 agar memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan pengguna lainnya, pengguna bertambah menjadi 1,75 juta pada tanggal 02 Februari 2011 dan foto-foto Instagram 15 mendapatkan like sebanyak 78 juta dan tanggal 15 Februari mencapai 2 juta. Pada tanggal 12 juli dalam waktu 8 bulan telah berhasil memiliki 5 juta pengguna dan 100 juta foto yang diunggah di Instagram. Dibandingkan dengan Flickr yang perlu waktu 2 tahun untuk mencapai rekor ini. Instagram

merilis versi 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur yang live filter, instan tilt shift dan resolusi tinggi.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah⁹ yaitu sebagai berikut :

a) Home Page Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

b) Comments Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, fotofoto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

c) Explore Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.

d) Profil Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama

⁹ Ibid, Hal 28

bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

e) News Feed New feed merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang di unggah lebih mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut yaitu :¹⁰

1. Judul

Judul atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

2. Hashtag

Hashtag adalah symbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

3. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama

¹⁰ Ibid. Hal 29

pengguna. Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut :

a. Follow

Follow adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram.

b. Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c. Komentar

Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui katakata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. Mentions Fitur

Mentions Fitur adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.

3. Perkembangan Instagram Di Indonesia

Senior Director Taylor Nelson Sofres (TNS) Indoensia, sebuah organisasi riset pasar dan informasi pasar kelompok terkemuka, pada januari 2016 menjelaskan berdasarkan survei yang telah dilakukan, temuan mayoritas pengguna instagram merupakan pengguna yang *well educated*. Yang artinya,

menurut Hansal Savla mengungkapkan bahwa mereka pintar dan berasal dari kalangan perguruan tinggi. Hal ini sejalan dengan makin maraknya masyarakat khususnya dalam lingkungan perguruan tinggi yaitu mahasiswa dalam menggunakan media sosial instagram.¹¹

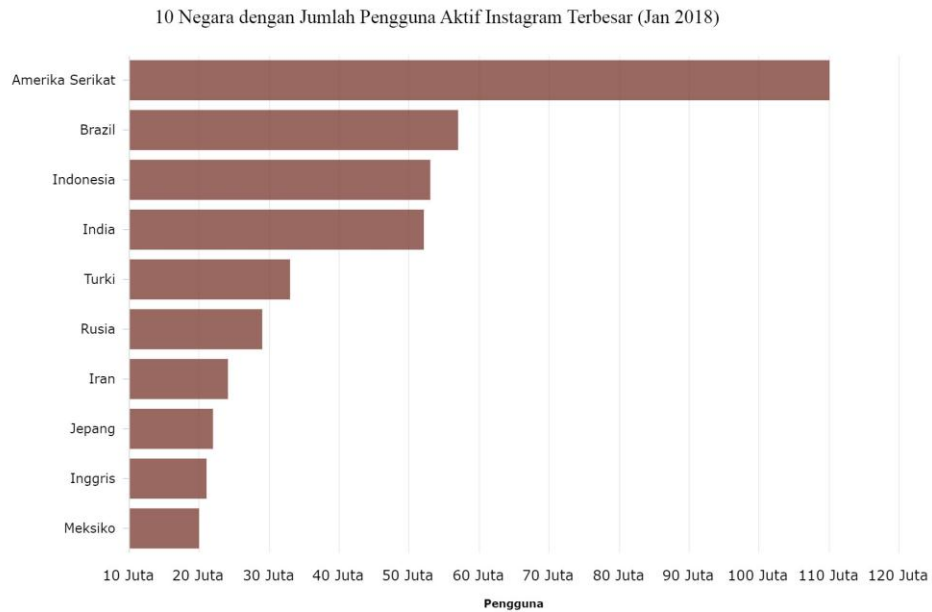
Perkembangan instagram di Indonesia sendiri terdapat 45 juta pengguna aktif instagram setiap bulannya pada Tahun 2017. Jumlah ini melonjak dua kali lipat dari tahun lalu yang hanya 22 juta pengguna aktif. Sri Widawati (Facebook Indonesia's Country Director) berkata bahwa Indonesia memiliki komunitas pengguna instagram terbesar se-Asia pasifik.¹² Seperti sudah menjadi hal yang populer bagi masyarakat Indonesia untuk berbagi momen-momen penting tentang kehidupan mereka. Instagram di Indonesia dahulu belum sepopuler sekarang pada bulan Januari 2015 pengguna instagram mencapai 17.850.000 ini terjadi peningkatan dari Tahun 2013 sampai Tahun 2015. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 1 Miliar pada Juni 2018. Pengguna aktif Instagram terbesar berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Disusul Brasil dengan 57 juta pengguna aktif dan Indonesia berada di urutan ketiga dengan 53 juta. Di Indonesia, Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan keempat setelah Youtube, Facebook, dan Whatsapp.¹³

Gambar 2.1. Bagan Frekuensi Pengguna Instagram Terbesar Di Dunia

¹¹ Dimas. *Perkembangan Instagram*. Artikel diakses pada 15 Mei 2019 dari www.blogspot/2016/perkembangan-instagram/#5

¹² Did and Co. *Perkembangan Media Sosial Instagram Di Indonesia*. Artikel diakses pada 15 Mei 2019 dari <https://didand.co.id/perkembangan-instagram-di-tahun-2018/> 3

¹³ KataData.co.id. Diakses Pada Tanggal 15 Mei 2019



Sumber : KataData.co.id

Pada umumnya, pengguna instagram mengunggah gambar-gambar ke instagram, kemudian memberikan caption mengenai deskripsi singkat gambar tersebut dan menambahkan seni editing yang menarik. Hal ini memicu pengguna media sosial Instagram sebagai salah satu alat pemasaran pada era modern ini dan juga digunakan sebagai alat politik penyampai pesan dengan cepat kepada masyarakat. Kemudian hal yang memicu para pengguna beralih ke instagram khususnya dikalangan masyarakat muda/mahasiswa ialah sebuah *bisnis online*. Instagram tidak serta-merta *booming* seperti media sosial terlebih dahulu yaitu facebook dan twitter yang banyak penggunanya. Instagram marak atau populer dari kalangan mahasiswa dari Tahun 2015.