



## PENELITIAN TENTANG INSTAGRAM

**Kartini<sup>1\*</sup>, Juwita Syahrina<sup>2</sup>, Nisya Siregar<sup>3</sup>, Nurhasanah Harahap<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu sosial, Universitas Islam Negeri Suamtera Utara, Jalan Lapangan Golf Tuntungan 2 Kecamatan Pancurbatu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, 20134, Indonesia

e-mail: [juwitasyahrina73654@gmail.com](mailto:juwitasyahrina73654@gmail.com)<sup>1</sup>, No. HP 082284865284

### INFO ARTIKEL

#### Riwayat Artikel:

Diterima: Tgl.18, Bln. 07,  
Thn. 2022

Disetujui: Tgl. 28, Bln. 10,  
Thn. 2022

#### Kata kunci:

Pemanfaatan Instagram;  
Fitur Instagram;  
Promosi

### ABSTRAK

**Abstract:** In the digital era like today, there are many applications that can be used as fields to make money, one of which is Instagram social media which is now an alternative media in the field of marketing and promotion. Broadly speaking, everyone can do business through Instagram social media. Instagram disseminates photos and videos with the features presented and the most popular social media. The advantage presented by social media Instagram is that it is able to reach most other social media users. Instagram social media offers a communication system with various ease of use features or content. This study aims to 1) find out more about the use of Instagram, 2) find out the various features of Instagram, 3) find out the benefits of Instagram as a promotion place in the library.

**Abstrak :** Diera digital seperti sekarang banyak sekali aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan sebagai ladang mencari uang, contohnya seperti media sosial instagram, yang dimana saat ini telah menjadi media alternatif dalam bidang pemasaran maupun promosi. Secara garis besar, setiap orang dapat melakukan bisnis melalui media sosial instagram. Instagram menyebar luaskan foto dan video dengan fitur yang disajikan dan media sosial yang paling populer. Kelebihan yang disajikan media sosial instagram ini mampu meraih pengguna terbanyak dari media sosial lainnya. Media sosial instagram menawarkan sistem komunikasi dengan berbagai kemudahan penggunaan fitur ataupun konten. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui lebih lanjut tentang pemanfaatan instagram, 2) untuk mengetahui berbagai fitur-fitur instagram, 3) untuk mengetahui manfaat instagram sebagai tempat promosi dipergustakaan.

## Pendahuluan

Komunikasi merupakan hal paling penting dalam kehidupan manusia. Semua manusia pasti berinteraksi dan bersosialisasi dengan cara berkomunikasi baik verbal maupun non-verbal. Pada saat ini berkomunikasi sangatlah mudah. Kita bisa menggunakan internet, kehadiran internet bisa dibilang terlambat di Indonesia, namun dapat dibilang dapat perkembangannya sangat cepat. Kemunculan situs jejaring sosial diawali dengan adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Situs jejaring sosial yang pertama kali muncul adalah Classmates.com pada tahun 1995 yang berfokus pada hubungan antar teman mantan sekolah, kemudian ada Sixdegrees.com yang mulai muncul pada tahun 1997.

Saat ini, sudah banyak bermunculan beberapa situs jejaring sosial, diantaranya Facebook, Twitter, Youtube, Tumblr dan yang terupdate adalah Instagram. Akan tetapi banyak orang-orang yang belum begitu mengenal apa itu instagram, fungsi instagram dan fitur-fitur yang ada pada aplikasi jejaring sosial yang satu ini.

Instagram sebagai salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru ditengah – tengah masyarakat khususnya dikalangan anak muda yang memakai sosial media dikehidupan sehari-harinya. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya. Instagram berdiri pada tahun 2010 yang didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom yang merupakan pemrogram komputer dan pengusaha internet.

Kata instagram sendiri berasal dari kata insta, yang berarti instan, dan Gram yang diambil dari kata telegram. Pada sosial media instagram, pengguna yang memiliki banyak followers disebut dengan selebgram. Selebgram adalah istilah untuk mereka pengguna akun instagram yang terkenal di situs jejaring sosial tersebut. Istilah selebgram berasal dari kata selebriti dan instagram yang bisa berarti selebriti yang populer di instagram. Jika seseorang menjadi terkenal, namanya menjadi terkenal dan pasti akan mendapat banyak keuntungan. Bisa menjadi public figure, bisa mendapat banyak koneksi, dan dengan menjadi selebgram bisa memperoleh banyak endorsement dari berbagai brand dan toko online.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Metode penelitian ini menjelaskan tentang pemanfaatan Instagram dengan melakukan observasi, wawancara. Target sasarannya adalah pemakai media sosial Instagram di kawasan universitas islam negeri sumatera utara dengan tujuan untuk mengetahui pemanfaatan dari media sosial Instagram.

Metode kualitatif ini berusaha untuk memahami dan menafsirkan suatu interaksi dalam menggunakan sosial media Instagram. Alasan penelitian menggunakan metode kualitatif yakni karena ingin memahami secara mendalam pemanfaatan media sosial Instagram.

Peneliti menganalisis data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen resmi lain.

## Hasil dan Pembahasan

Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike. Instagram diluncurkan secara resmi pada Oktober tahun 2010 yang awalnya secara eksklusif hanya diperuntukkan bagi pengguna ponsel berbasis iOS. Kemudian pada April tahun 2012, barulah Instagram dirilis bagi pengguna ponsel berbasis Android dan diikuti oleh situs web pada November tahun 2012, lalu aplikasi untuk perangkat handphone Windows 10 Mobile pada April 2016.

Instagram memulai pengembangan di San Francisco, ketika Kevin Systrom dan Mike Krieger memilih untuk memfokuskan proyek check-in HTML5 dengan multi-fitur pada fotografi seluler. Kevin Systrom dan Mike Krieger tidak menyangka pada saat itu Instagram akan sangat digemari dan dikenal sebagai album foto online. Meskipun pada saat pertama pembuatannya Instagram belum tersedia untuk umum, Systrom dan Krieger mulai menguji gagasan mereka dengan beberapa jepretan eksperimental.

Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster mengungkapkan, bahwa sejak diluncurkan pada tahun 2010 aplikasi instagram telah memiliki 400 juta lebih pengguna aktif dari seluruh dunia. Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak dengan 89 persen Instagrammers yang berusia 18-34 tahun mengakses IG (Instagram) setidaknya seminggu sekali.

Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar \$1 miliar. Instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dan berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Dengan memposting foto dan video mereka dapat membagikan informasi kepada pengguna lain, baik itu teman lama maupun teman baru.



Gambar: pengguna terbanyak Instagram

## Logo dan Simbol Instagram

Nama Instagram yang berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini yaitu dapat menampilkan foto-foto secara instan dan mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat terhitung sudah 3 (tiga) kali mengalami perubahan logo. Pendiri Instagram Kevin Systrom yang merupakan Chief Executive Officer (CEO) Instagram adalah orang pertama yang mendesain logo Instagram yang sangat mirip dengan sebuah produk kamera instan asli yakni polaroid OneStep. Pada awal pembuatan logo, desainer sekaligus pembuat Instagram tidak terlalu memperhatikan dan menganggap penting logo tersebut. Ketika aplikasi tersebut diluncurkan, karena desain logo Instagram sangat mirip dengan kamera asli yang memiliki merek dagang maka Systrom ingin logo Instagram diubah menjadi lebih unik dan ia mengajukan ide kepada Cole Rise yang merupakan desainer dan fotografer profesional.

Ide awal pembuatan logo Instagram yaitu logo yang berbasis kamera merek Bell & Howel, yaitu kamera keluaran tahun 1940an. Rise mengajukan desain untuk logo Instagram yang memiliki cita rasa Instagram, unik dan menarik. Versi akhir dari logo buatan rise hadir dalam bentuk Instagram 2.0 pada tahun 2011. Berikut adalah perubahan logo buatan Systrom dan Cole Rise tersebut:

### 1. Logo lama Instagram Systrom



### 2. Logo Instagram Desain Cole Rise



Namun perubahan kembali dilakukan Instagram pada tahun ke 5 kini logo tersebut telah diubah menjadi rancangan baru yang flat, dengan outline putih dan latar belakang gradasi yang memadukan warna ungu, pink, jingga dan ungu. Dikutip dari halaman kompas.com kepala bagian desain Instagram yang baru yaitu Ian Spalter, menuturkan bahwa logo baru itu dimaksudkan supaya aplikasinya tampil lebih modern dan relevan di era seperti sekarang ketika kebanyakan pengguna menjepret foto dengan smartphone. Ian juga menjelaskan bahwa logo lama kurang merefleksikan brand atau komunitas, sedangkan logo baru akan membawa kesan yang lebih berwarna, dinamis, dan memberikan efek yang baik bagi para penggunanya.

### 3. Logo Instagram yang di desain oleh Ian Spalter



Instagram seakan hendak menunjukkan produknya memiliki tampilan lebih modern dan relevan dengan zaman sehingga sejumlah aplikasi yang dirilis oleh Instagram seperti boomerang, layout dan juga hyperlapse juga mengalami perubahan desain logo. Dimana ketiga logo turut mengandung skema warna ungu, jingga dan merah muda.

## Fitur-Fitur Instagram

Fitur-fitur yang ada didalam instagram diantaranya :

### a. Berbagi foto dan video

Awalnya Instagram merupakan layanan berbagi foto murni. Instagram memasukkan video sharing 15 detik pada Juni 2013. Penambahan itu dilihat oleh beberapa orang di media teknologi sebagai upaya Facebook untuk bersaing dengan aplikasi berbagi video yang populer saat itu. Pada bulan Agustus 2015,

Instagram menambahkan dukungan untuk video layar lebar. Pada Maret 2016, Instagram meningkatkan batas video 15 detik menjadi 60 detik.

Berbagi foto dan video merupakan konten yang dapat diunggah pada media sosial ini. Penggunanya pun dapat menambahkan filter dan efek yang tersedia di dalam mengunggah foto dan video.

Penggunanya pun dapat menambahkan lokasi pada setiap unggahan dan terhubung dengan maps, sehingga pengguna lain dapat melacak lokasi tersebut. Selain menambahkan lokasi dan unggahan foto dan video, penggunanya pun dapat menandai pengguna lain dan membagikan kepada media sosial lain. Setelah diunggah, foto dan video tersebut dapat pula disunting dan dihapus oleh penggunanya.

#### b. Direct Message

Pesan direct adalah fitur yang disediakan oleh Instagram dalam berkomunikasi secara pribadi. Dalam berkomunikasi melalui Pesan direct penggunanya pun dapat membuat grup dengan menambahkan pengguna lain dalam percakapannya.

Komunikasi yang dapat digunakan dalam Pesan direct bukan hanya berupa text, tapi dapat juga berupa foto dan video melalui pengaturan waktu yang dapat ditentukan oleh pengirim, sehingga foto dan video yang dikirim dapat menghilang dalam waktu yang ditentukan.

#### c. Instagram Stories

Pada bulan Agustus 2016, Instagram meluncurkan Instagram Stories. Instagram stories merupakan sebuah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menambahkan efek serta lapisan dan menambahkannya ke feed Instagram stories mereka. Gambar yang diunggah ke cerita pengguna memiliki masa kedaluwarsa setelah 24 jam. Ketika Instagram stories diluncurkan banyak yang melihatnya sebagai tiruan Snapchat. Hal ini dikarenakan selain membagikan foto dan video yang hilang setelah 24 jam, Instagram stories memungkinkan pengguna menambahkan filter seperti Snapchat yang menambahkan hal-hal seperti mahkota bunga dan telinga kelinci. Namun, tidak butuh waktu lama dalam delapan bulan, Instagram stories mampu melampaui jumlah pengguna aktif harian Snapchat.

Pengguna Instagram juga dapat mengatur untuk tidak dapat ditandai dalam unggahan cerita pengguna lain. Konten yang diunggah pada fitur cerita ini juga dibagikan kepada pengguna tertentu. Setiap yang melihat konten cerita dapat mencatatkan siapa saja yang telah melihat unggahan tersebut. Instagram juga menyediakan pilihan untuk melaporkan konten Cerita yang dapat mengganggu dan melanggar hukum.

Penggunaan Instagram stories sangat sederhana untuk dapat mengekspresikan diri dan terhubung dengan orang lain terutama digunakan sebagai bisnis. Selain dilengkapi fitur Instagram Stories yang menyenangkan karena dilengkapi dengan penunjang foto, video, teks dan filter-filter lucu. Penggunaan Instagram stories memiliki manfaat besar bagi penggunanya. Instagram stories saat ini merupakan platform yang paling cepat berkembang karena pada setiap harinya dan lebih dari 200 juta orang menggunakan Instagram stories.

Selain itu Instagram stories masuk dalam “discovareble” memungkinkan orang lain dapat melihat unggahan pengguna meskipun tidak saling mengikuti, hal tersebut merupakan kesempatan besar untuk menciptakan penggemar atau viewers aktif pada unggahan-unggahan lainnya. Sebagai pengguna yang sedang melakukan branding, Instagram stories dapat dijadikan alat untuk dapat menunjang tujuan. Stories adalah komponen penting dari penggunaan Instagram. Instagram stories adalah cara lain untuk terhubung dengan audien target dan fakta bahwa itu muncul di bagian atas bilah pencarian dan mengambil layar penuh pengguna (dan perhatian penuh) menghilangkan semua gangguan visual lainnya dari lapangan.

#### d. Siaran Langsung

Siaran Langsung merupakan fitur yang memungkinkan pengguna Instagram untuk membagikan video secara langsung kepada pengguna lain. Konten Siaran Langsung dapat tersimpan dan terlihat oleh pengguna lain selama 24 jam pada kolom Cerita. Setelah itu konten tersebut tidak akan terlihat lagi, tetapi pengunggah dapat menyimpan pada perangkat. Siaran Langsung juga dapat membagikan video percakapan dua arah dengan pengguna lain.

#### e. Hashtag

Fitur ini disediakan oleh Instagram sebagai subjek pencarian, sehingga dapat memudahkan mencari dalam kolom pencarian. Dalam kolom pencarian yang disediakan, pengguna hanya dapat mencari berdasarkan nama pengguna, lokasi, hashtag, dan lokasi. Untuk itu pemberian hashtag dapat digunakan dalam mempromosikan setiap konten yang diunggah. Dan penggunaan hashtag tidak ada batasan jumlah tertentu.

f. IGTV

Selain membagikan video melalui beranda, Instagram memiliki fitur lain dalam membagikan video. Video yang diunggah memiliki durasi yang lebih panjang dibandingkan dengan unggahan video pada beranda. Pada beranda pengguna Instagram hanya dapat mengunggah video dengan durasi maksimal 1 menit, sedangkan pada IGTV penggunaanya dapat menunggah video dengan durasi maksimal 10 menit. Untuk konten unggahan pada IGTV pun dapat dibagikan melalui akun facebook. Pada IGTV, Instagram menyediakan presentase rata-rata ditonton oleh pengguna lain. Selain itu Instagram juga menyediakan kolom komentar, dan suka sebagai bentuk diskusi dan apresiasi.

g. Komentar

Komentar merupakan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk berdiskusi pada setiap konten yang diunggah. Pengguna Instagram juga dapat menyaring kata yang tidak ingin mereka dapatkan pada komentar pengguna lain. Komentar yang masuk juga dapat dihapus. Dan pengguna Instagram juga memungkinkan untuk tidak membuka kolom komentar.

h. Editing

Foto yang akan di unggah baik hasil bidikan langsung atau dari galeri yang dipilih dapat dilakukan pengeditan sebelum di publish, kemudahan mengedit pada akun instagram ini dilengkapi dengan filter foto yang menarik untuk mempercantik foto yang akan di upload. Selain itu kita dapat menambahkan caption atau keterangan foto dari foto yang akan kita upload.

i. Explore

Pada Juni 2012, Instagram memperkenalkan explore atau jelajahi, yang menampilkan foto populer, foto yang diambil di lokasi terdekat dan sejenis dengan pencarian yang sering dilakukan pengguna. Tab ini diperbarui pada Juni 2015 untuk menampilkan tag dan tempat yang sedang tren, konten yang dikurasi, dan kemampuan untuk mencari lokasi. Pada saat ini, menu explore diikuti penambahan sesuai dengan munculnya fitur baru dalam Instagram seperti Instagram live dan Instagram stories.

Adapun Beberapa Manfaat Dari Instagram :

- 1) Pemanfaatan instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik, diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi publik yang membaca bahkan melihatnya.
- 2) Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi menjadi salah satu keuntungan buat perusahaan dalam mempromosikan penjualannya serta publisasikan produknya melalui media sosial instagram. Melalui instagram tersebut merupakan cara pebisnis online dalam memasarkan atau mengenalkan produk mereka kepada konsumen melalui tampilan foto ataupun video yang diunggah ke akun instagram milik mereka.
- 3) Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Dengan memposting foto dan video mereka dapat membagikan informasi kepada pengguna lain, baik itu teman lama maupun teman baru.

Pemanfaatan Instagram dalam perpustakaan:

Pemanfaatan Instagram pada Perpustakaan Fitur yang ada pada Instagram dalam berbagi informasi melalui gambar, foto, video, siaran langsung, dan Instastory dapat dimanfaatkan untuk berbagi informasi mengenai layanan, fasilitas, dan aktifitas perpustakaan. Menurut Putranto fitur yang ada pada Instagram juga dapat dimaksimalkan untuk berbagi informasi, seperti koleksi dan aktivitas pemustaka.

Augustyniak dan Orzechowski dalam Putranto juga menuturkan bahwa dengan berbagi koleksi perpustakaan pada media sosial adalah cara yang efektif untuk memberitahukan pemustaka tentang profil perpustakaan. Layanan digital pada media sosial dapat menyediakan akses koleksi bagi pemustaka sehingga akan memiliki penilaian lebih dalam mempromosikan perpustakaan. Aspek segmentasi yang luas pada media sosial akan memberikan ruang yang lebih luas bagi perpustakaan dalam mengenalkan kelebihan yang mereka miliki dan ikut berkontribusi dalam memberikan pendidikan yang berkualitas pada dunia maya.

Media sosial yang hadir sebagai media komunikasi pada dunia maya akan memudahkan perpustakaan dalam berinteraksi dengan penggunaanya. Komunikasi tersebut juga akan memberikan manfaat bagi penggunaanya dalam mengetahui apa saja yang ada di perpustakaan.

Dan akan memberikan efisiensi penggunaanya dalam menikmati layanan perpustakaan seperti layanan referensi, memesan koleksi yang akan dipinjam, dan lainnya.

## Simpulan

Instagram adalah layanan jejaring sosial foto dan video-sharing dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike. Instagram diluncurkan secara resmi pada Oktober tahun 2010 yang awalnya secara eksklusif hanya

diperuntukkan bagi pengguna ponsel berbasis iOS. Kemudian pada April tahun 2012, barulah Instagram dirilis bagi pengguna ponsel berbasis Android dan diikuti oleh situs web pada November tahun 2012, lalu aplikasi untuk perangkat handphone Windows 10 Mobile pada April 2016.

Instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dan berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Dengan memposting foto dan video mereka dapat membagikan informasi kepada pengguna lain, baik itu teman lama maupun teman baru. Pemanfaatan Instagram pada Perpustakaan Fitur yang ada pada Instagram dalam berbagi informasi melalui gambar, foto, video, siaran langsung, dan Instastory dapat dimanfaatkan untuk berbagi informasi mengenai layanan, fasilitas, dan aktifitas perpustakaan.

## Daftar Rujukan

- Azwar, dkk. *The Utilization of Instagram as a Media Promotion: the Case Study of Library in Indonesia*. *Insaniyat: Journal of Islam and Humanities* 2, no. 2 (2018) : 147-159.
- Azzahro Syufyani, (2021). *Pemasaran Online Pada Instagram ADS dan Facebook ADS*. Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah
- Dwirinanti Rekha Adistia, dkk. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 5 No. 2, Oktober 2021 hlm. 15
- Fatmawati, Endang. *Dampak Media Sosial terhadap Perpustakaan*. *Libraria* 5, no. 1 (Juni 2017) :12.
- Fitri, I.K. (2015). *Strategi Promosi Penjualan Produk pada Sosial Media Instagram*. (Skripsi). Universitas Lampung, Lampung.
- Hardianan, N. (2016). *Strategi Promosi Perpustakaan Daerah di Purworejo*. (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- <http://repository.uinsu.ac.id>. diakses 27 September 2022
- Ida, Rachmah. (2004). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenanda Media Grup
- Jubile Enterprise. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elek Media Komputido.
- Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016)
- Mustofa, Mustofa. (2017). *Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Best Practice*. Publis: Publication Library and Information Science 1 (2)
- Prihatiningsih, Witanti, "Motif penggunaan media sosial Instagram dikalangan Remaja", *Jurnal communication*, Vol, 8 No. 1 (April 2017) 51-64
- Siti, Fuja, dkk, "Pemanfaatan Media sosial (Instagram) sebagai media penyajian kreasi seni dalam pembelajaran", *Jurnal pendidikan dan kreasi seni*, Vol. 6, No. 1 April 2021: 32-44
- Suharso, Putut ddk. *Pemnafaat Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi*. *Jurnal Edulib* 10 (1), (2020) 1-14
- Suharso, Putut ddk. *Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga*. *Jurnal Publication Library and Information Science* 3 (2), (2020) 66-74.