

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

Pada bab kali ini penulis hendak mendeskripsikan mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu akun Instagram @ventelashoes. Penulis akan menjelaskan mulai dari sejarah Instagram, perkembangannya, dan juga terkait Instagram dari akun @ventelashoes.

#### **A. Sejarah Instagram**

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat digital. Diciptakan awalnya oleh dua sarjana, Kevin Systrom dan Mike Krieger, yang merupakan alumni dari Stanford University di Amerika Serikat. Sebelumnya, Kevin Systrom pernah bekerja di Google sebagai corporate development associate dan juga melakukan magang di Odeo, perusahaan yang kemudian berkembang menjadi Twitter. Dia kemudian membangun prototipe aplikasi web yang bernama Burbn dimana web ini merupakan cikal bakal lahirnya Instagram. Burbn sendiri diambil dari kesukaannya terhadap wiski dan bourbon yang menurutnya enak.

**Gambar 2. 1 Kevin Systrom dan Mike Krieger Pendiri Instagram**



Sumber: *nytimes.com*

Mike Krieger adalah orang pertama yang bergabung dengan Kevin Systrom dalam perjalanan pengembangan platform ini. Sebelumnya, Krieger bekerja sebagai seorang insinyur dan desainer pengalaman pengguna di platform media sosial Meebo. Setelah bergabungnya Systrom dan Krieger, mereka kemudian memutuskan untuk merampingkan fokus pembangunan platform mereka pada satu aspek, yaitu fotografi yang diambil secara khusus melalui perangkat seluler, dan mulai memperdalam pemahaman tentang fotografi. Sejak saat itu, platform ini resmi berganti nama dari Burbn menjadi Instagram.

Instagram sendiri berasal dari gabungan dua kata, yaitu "insta" dan "gram." Kata "insta" diambil dari istilah "instan," yang merujuk pada kamera Polaroid yang terkenal dengan "foto instan." Hal ini karena Instagram memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengunggah dan membagikan berbagai foto. Sementara itu, kata "gram" diambil dari "telegram," yang mencerminkan fungsi dan cara kerja platform ini dalam mengirim dan menyampaikan informasi dengan cepat dari satu orang ke orang lain sama seperti Instagram yang saat ini mampu membagikan berbagai jenis foto atau video dengan cepat melalui jangkauan internet

Dalam Instagramnya, mereka berdua memfokuskan pada pengalaman para pengguna untuk membagikan foto. Selama delapan minggu Systrom dan Krieger terus menyempurnakan aplikasinya serta memberikan kepada orang terdekat untuk diuji dan dievaluasi. Sehingga, pada 6 Oktober 2010 Instagram resmi dirilis dan berhasil memperoleh 25.000 pengguna dalam sehari. Selama satu minggu pertama 100.000 pengguna berhasil mengunduh Instagram dan tepat pada pertengahan Desember 2010 jumlah pengguna Instagram telah mencapai satu juta pengguna.

Dalam situs web resminya di *instagram.com*, Instagram menyatakan dirinya sebagai sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan

video secara gratis kepada semua pengguna. Pengguna Instagram dapat dengan bebas membagikan foto maupun video kepada pengguna lainnya hanya dengan mengunggahnya di akun milik pribadi. Tidak hanya sekedar mengunggah foto maupun video, melalui Instagram juga pengguna satu dengan pengguna lainnya bisa saling berinteraksi secara dua arah dengan cara menyukai, komentar dan bahkan membagikan postingan yang sudah diunggah.

## **B. Perkembangan Instagram**

Sejak pertama kali dirilis tepatnya pada 6 Oktober 2010, Instagram sudah mengalami perkembangan secara dinamis. Selama tiga belas tahun lamanya, kini Instagram sudah jauh berbeda dengan pertama kali kemunculannya. Mulai dari fitur, cara kerja, algoritma dll. Melihat semakin berkembangnya zaman, aplikasi dan media sosial semakin berkembang dan bertambah, menjadikan Instagram harus terus berinovasi untuk tetap bisa bertahan di kalangan media sosial lainnya yang lahir lebih baru dan lebih *up to date*.

Sejak awal kemunculannya pada tahun 2010, Instagram sudah memiliki 25.000 pengguna aktif dan berdasarkan data Pertiwi & Nistanto (2023) hingga tahun 2017 pengguna Instagram sudah mencapai 45 juta pengguna.

### **1. Perkembangan Logo**

Sebelum membahas mengenai fitur dan lainnya, logo menjadi salah satu bentuk yang ikonik dalam sebuah perusahaan termasuk media sosial. Sejak berdirinya Instagram pada tahun 2010 hingga saat ini sudah memasuki tahun 2023 Instagram sudah beberapa kali mengganti logo ikoniknya. Logo pertama yang diluncurkan oleh Kevin Systrom dimana logo yang digunakan untuk

aplikasi Instgaram ini lebih mirip dengan kamera aslinya, namun Systrom merasa jika logo yang digunakan saat itu tidak berkesinambungan dengan Instgaram sehingga ia berniat untuk mengganti logo tersebut dan meminta bantuan fotografer bernama Cole Rise untuk mendesain logo Instagram yang baru.

**Gambar 2. 2 Logo Instagram Pertama Kali**



*Sumber: mashable.com*

Saat hendak dirilis dan dimasukkan ke dalam *Apps Store* terdapat kendala dimana logo yang dibuat oleh Systrom mengalami masalah dimana logo yang digunakan untuk Instgarm ini mirip dengan kamera instan polaroid Onestop yang mana logo tersebut sudah memiliki merek dagang, sehingga Systrom meminta bantuan Rise untuk membuatkan ikon baru untuk Instagram dan akhirnya Rise mengajukan logo baru yang terinspirasi dari kamera tahun 50an dengan warna ikon dominan coklat. Selama kurang lebih 45 menit Rise berhasil memberikan polesan sesuai dengan arahan Systrom yang berhasil rilis pada tahun 2011 untuk logi Instagram 2.0. Logo ini bertahan hingga 2016 silam.

**Gambar 2. 3 Desain Logo Instagram Rise**



Sumber: Mashable.com

Hingga 2016 Instagram masih menggunakan logo 2.0 nya. Namun, pada tahun 2016 Instagram kembali mengganti logonya dengan suasana yang lebih baru dan bertahan hingga tahun 2022. Logo Instagram yang baru kembali diluncurkan bersamaan dengan *update interface* aplikasi. Logo Instagram versi terbaru ini dibuat lebih minimalis dan cukup berbeda signifikan dengan versi sebelumnya. Warna yang sebelumnya menggunakan warna dengan dominan coklat, kini menggunakan warna merah secara abstrak dan datar. Bentuk persegi dengan warna gradien orange kemerahmudaan dengan sudut yang tidak lancip, memiliki kamera tebal yang digambar di atasnya dengan sentuhan warna putih. Bentuk kamera utama mengulangi bentuk ikon dan menampilkan lingkaran di tengah dan titik putih solid kanan atas sudut.

**Gambar 2. 4 Logo Instagram 2016-2022**



*Sumber: commons.wikimedia.org*

Pada tahun 2022 logo Instagram kembali menyempurnakan warna palletnya namun tidak mengubah bentuk sebelumnya. Logo ini bertahan hingga saat ini (2023). Warna yang digunakan lebih terang dan dalam gradien yang sebelumnya orange kemerahan diganti menjadi orange ke ungu. Selebihnya semua sesuai dengan logo di tahun 2016.

**Gambar 2. 5 Logo Instagram 2022- sekarang**



*Sumber: freelogopng.com*

## 2. Perkembangan Fitur

Selain logo tidak mau ketinggalan, pada tahun 2016 Instagram resmi meluncurkan fitur terbarunya yaitu *Instagram Story (Insta Story)*. *Insta Story* digunakan oleh pengguna untuk membagikan foto atau video dengan durasi singkat, hanya 15 detik, dan kontennya hanya tersedia selama 24 jam setelah diunggah. Fitur ini biasa digunakan untuk *update* keseharian pengguna yang bisa dilihat oleh pengguna lainnya. Bahkan tidak hanya digunakan untuk mengunggah keseharian para penggunanya, fitur ini digunakan oleh sebagian orang untuk proses bisnis dan *marketing*.

Gambar 2. 6 Fitur Insta Story



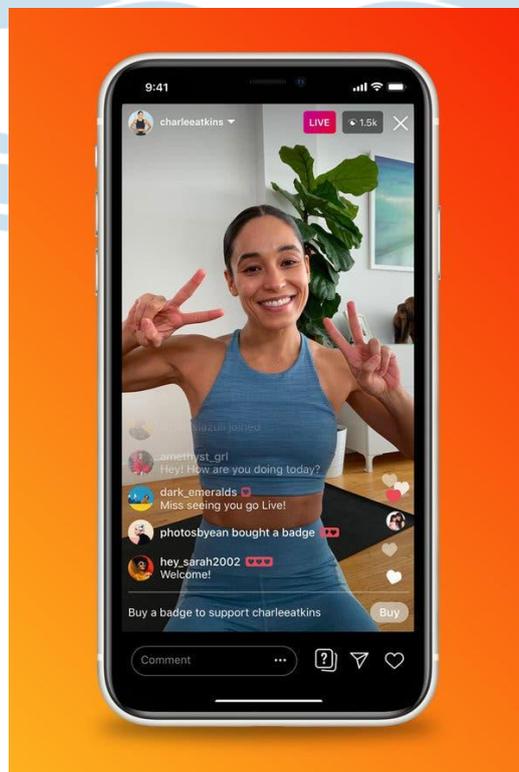
Sumber: domextdigital.com

Dalam fitur Insta Story terdapat beberapa komponen yang dapat digunakan seperti penggunaan lokasi, *mention* seseorang, GIF, stiker, dll. Insta Story sangat efektif untuk digunakan dalam aplikasi Instagram. Tidak heran hingga tahun 2023 fitur ini masih terus bertahan dan terus mengalami perkembangan. Tidak hanya itu,

di tahun yang sama Instagram merubah logo juga merubaha beberapa fitur seperti layout, munculnya *boomerang*, *Hyperlapse*, serta *user Interface* yang dibuat dengan lebih minimalis.

Setelah keberadaan fitur Insta Story, Instagram kemudian kembali menambah fiturnya dengan dirilisnya Fitur Instagram *Live* pada tahun 2017. Instagram *Live* merupakan fitur siaran langsung yang dilakukan di aplikasi Instagram, sehingga pengguna yang memakai fitur ini bisa membagikan kegiatannya secara langsung dan dapat di tonton oleh pengguna lainnya. Adanya Instagram *Live* ini dimaksudkan agar bisa memperoleh interaksi dua arah karena audiens yang menonton bisa mengirimkan komentar secara langsung kepada pengguna yang melakukan siaran langsung dan pengguna yang melakukan siaran dapat langsung menjawabnya.

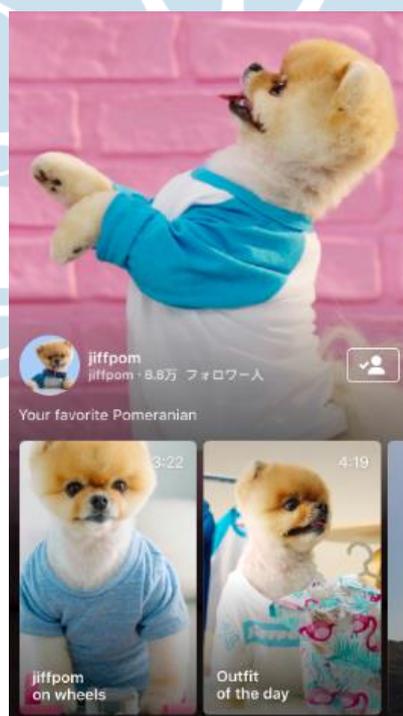
**Gambar 2. 7** Fitur Instagram Live



Sumber: *nytimes.com*

Di tahun 2018 Instagram kembali memunculkan fitur terbarunya yaitu IGTV dimana fitur ini digunakan untuk mengunggah atau menonton video vertikal dengan durasi yang lebih panjang dibanding Insta Story. IGTV pun tentunya bebas dari gangguan iklan. IGTV dibuat dengan sederhana dimana IGTV dapat diputar setelah kita membuka aplikasi Instagram. Dalam IGTV juga kita bisa berinteraksi dengan memberikan *like*, *comment*, atau *share*. IGTV sama seperti TV yang memiliki saluran dimana salurannya adalah pengguna itu sendiri. Jika kita mengikuti seseorang maka IGTV akan otomatis muncul dalam beranda Instagram kita. Namun sayangnya IGTV tidak bisa bertahan hingga saat ini.

**Gambar 2. 8 fitur IGTV**



*Sumber: about.instagram.com*

Masuk di Agustus 2020, Instagram kembali memperkenalkan fitur terbarunya yang dinamakan dengan Instagram *Reels*. Instagram *Reels* dapat direkam dalam

serangkaian klip (satu per satu), sekaligus, atau dengan menggunakan unggahan video dari galeri. Jika akan merekam secara langsung, hanya dengan menklik tombol “ambil” dan berhenti saat akan mengakhiri. Fitur *reels* juga dapat kita edit sesuai dengan kreativitas masing masing, seperti:

**Audio:** audio dapat dilakuakn dengan mencari dari Isit musik di Instagram atau musik yang sudah kita miliki sebelumnya.

**AR effect:** ini bisa dilakukan dengan memilih satu dari sekian banyak efek di galeri efek untuk bisa membuat video dengan efek berbeda sehingga tidak membosankan.

**Timer dan Countdown:** kita dapat mengatur *timer* untuk merekam reels kita secara handsfree.

Kita memiliki kontrol atas kecepatan video reels dan dapat mengaturnya sesuai dengan preferensi kita, baik memperlambat atau mempercepatnya sesuai kebutuhan dan keinginan kita.

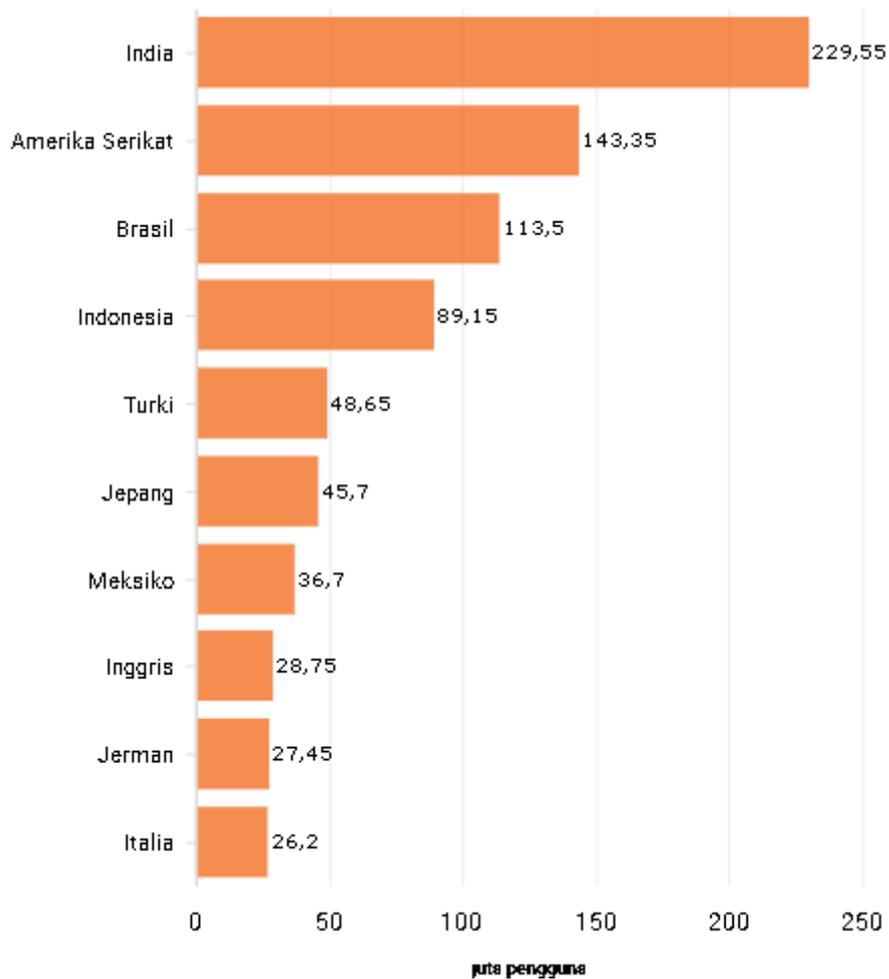
**Gambar 2. 9** Fitur Instagram Reels



Sumber: [momsmoney.id](https://momsmoney.id)

Dari berbagai perkembangan inilah hingga saat ini Instagram pengguna Instagram kian bertambah. Menurut informasi dari *We Are Social*, jumlah pengguna aktif Instagram pada bulan Januari 2023 mencapai 1,32 miliar, mengalami penurunan sebesar 10,8% dibandingkan dengan bulan Januari 2022. Namun, Indonesia tetap berada di peringkat keempat sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar di dunia, dengan total mencapai 89,15 juta pengguna.

**Gambar 2. 10 Jumlah pengguna Instagram di Dunia**



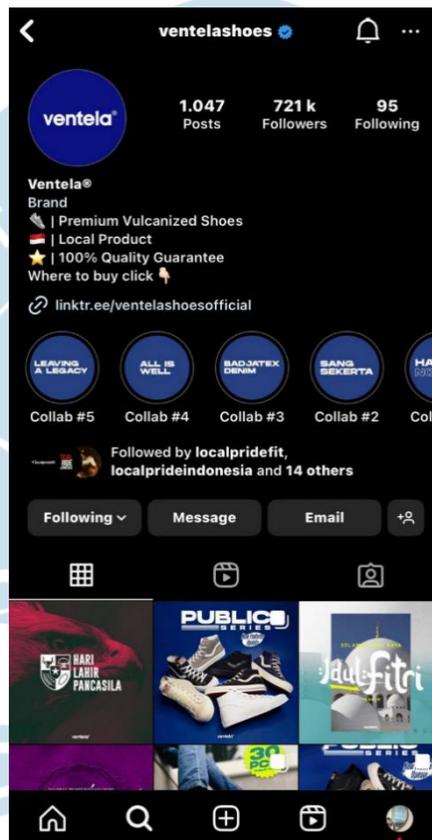
Sumber: [databoks.katadata.co.id](https://data.bks.katadata.co.id)

### C. Instagram @ventelashoes

Salah satu akun Instagram Indonesia yang memiliki jumlah pengikut cukup banyak adalah Instagram dari akun @ventelashoes. Akun ini merupakan salah satu

akun *brand* sepatu lokal asli Bandung. Sepatu Ventela sendiri merupakan salah satu *brand* ternama di Indonesia. Ventela menjadi *brand* lokal yang banyak di gandrungi oleh berbagai kalangan. Hingga saat ini (2 Juni 2023) akun Instagram @ventelashoes sudah emiliki pengikut sebanyak 721 ribu pengikut.

**Gambar 2. 11 Profile akun Instagram @ventelashoes**

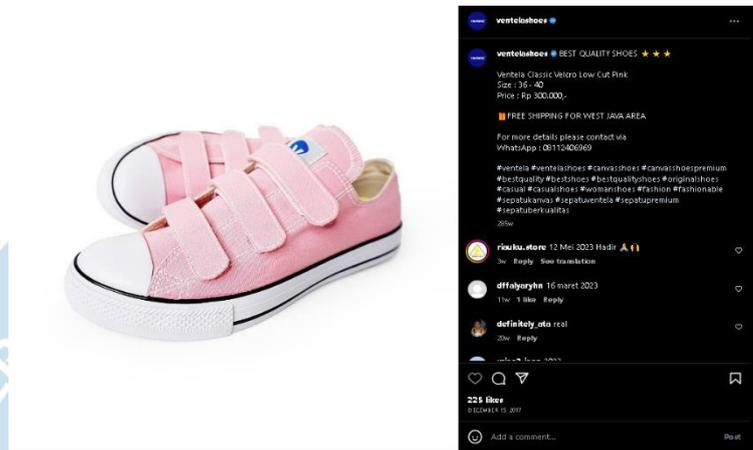


Sumber: Instagram @ventelashoes

Instagram @ventelashoes digunakan untuk kebutuhan bisnis dan marketing dimana terlihat postingan baik *feeds*, *reels* ataupun Insta Story nya memuat mengenai brand sepatu mereka. Mulai dari memperkenalkan jenis sepatu, hasil kolaborasi dengan beberapa *public figur*, *give away* produk sepatu, hingga *repost* di Insta Story dari hasil *mention* para followersnya. Hingga Juni 2023, postingan di akun Instagram

@ventelashoes sudah mencapai 1.047 konten dimana konten pertama berhasil diunggah pada 16 Desember 2017 silam.

**Gambar 2. 12** Postingan pertama @ventelashoes



Sumber: Instagram @ventelashoes

Dalam bio profil Instagram nya juga pihak Ventela memberikan tautan *link* untuk mempermudah orang-orang dalam mencari dan membeli produknya, dimana mereka menautkan beberapa *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, JDID, Lazada, dan Bukalapak. Namun hingga saat ini beberapa *marketplace* yang ditautkan oleh pihak Ventela bukan merupakan akun resmi dari Ventela melainkan *reseller* yang sudah bekerjasama dengan Ventela *shoes*.