BAB III

DESKRIPSI PRAKTIK PEMBERIAN HADIAH PADA CONTEST PHOTO DI AKUN *INSTAGRAM* @VIOLETPHOTOCONTS

A. Gambaran Umum *Instagram*

1. Pengertian *Instagram*

Di jaman modern ini sosial media sangat digemari oleh masyarakat. Mulai dari anak-anak, remaja, sampai kalangan orang tua sudah pasti mengenal yang namanya media sosial seperti *facebook, twitter, instagram, bbm, path*, dan sebagainya. Sosial media adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Antony Mayfield (2008). Menurutnya sosial media adalah media dimana dalam penggunanya kita dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk *blog*, jejaring sosial, *wiki/ensiklopedia online*, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan *avatar*/karakter 3D).[1]

Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: *Blog, Twitter, Facebook dan Wikipedia, Instagram*. Dari beberapa situs media sosial tersebut *Intagram* saat ini paling populer. Bergitu populernya *Instagram* sebagai sebuah media sosial, banyak orang yang tak tahu arti sebenarnya dari pemakaian kata tersebut. Disusun dari dua kata, yaitu "Insta" dan "Gram". Arti dari kata

[1] Lihat di http://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/ diakses pada tanggal 4 November 2016 pukul 22.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

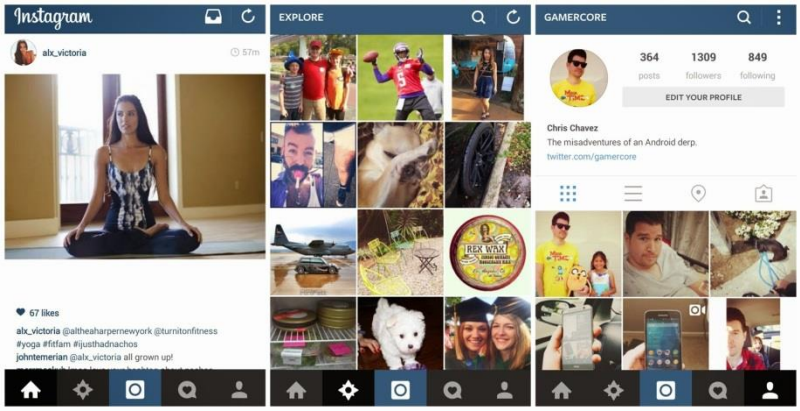
pertama diambil dari istilah "Instan" atau serba cepat/mudah. Namun dalam sejarah penggunaan kamera foto, istilah "Instan" merupakan sebutan lain dari kamera Polaroid. Yaitu jenis kamera yang bisa langsung mencetak foto beberapa saat setelah membidik objek. Sedangkan kata "Gram" diambil dari "Telegram" yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat. Dari penggunaan dua kata tersebut arti dan fungsi sebenarnya dari *Instagram*.[2]

Kegunaan Utama *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto di *iDevice* tersebut. Foto yang telah diambil melalui aplikasi *Instagram* dapat disimpan di dalam iDevice tersebut. Penggunaan kamera melalui *Instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera *tilt-shift* yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam *Instagram*, foto tersebut pun juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna. Foto-foto yang akan diunggah melalui *Instagram* tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan *Instagram* memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam *Instagram* adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto

[2] Lihat di http://www.dumetdevelopment.com/blog/pengertian-instagram-dan-keistimewaannya/ diakses pada tanggal 13 Desember 2016 pukul 20.34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut dulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam *Instagram*, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.



tampilan *Instagram*

Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam *Instagram* sendiri ataupun ke jejaringan sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaringan sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut, para pengguna dapat menyinggung pengguna *Instagram* lainnya dengan mencantumkan akun dari orang tersebut. Para pengguna juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

Pengguna *Instagram* tidak hanya kalangan anak muda saja, melainkan orang tua pada zaman sekarang telah memeliki akun *Instagram*. Karena dengan memiliki akun *Instagram* semua orang dapat berbagi foto atau video pengalaman, kegiatan, aktifitas di sekolah, kantor dan tempat-tempat menurut mereka tempat yang indah dan menarik. Selain berfungsi membuat foto dan mengirimkannya, *Instagram* ini juga berfungsi memuat informasi-informasi terkait agama, berita, kejadian-kejadian di dunia, dan hal yang sedang populer. *Instagram* juga ampuh sebagai media promosi, dibandingkan dengan media sosial lainnya, karena pengguna sosial media biasanya lebih suka dengan bahasa visual sehingga *Instagram* lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto. Ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis telah memanfaatkan peluang yang terhampar di depan mata.

Gaya-gaya promosi dengan Instagram pun sangat unik dan variatif. Kadang, kita bisa menikmati rangkaian foto yang dibuat secara estetis dan sangat menarik perhatian. Penerapan promosi pun bisa diterapkan, misalnya dengan promosi menjual dagangan, Para penjual biasanya mempepromosikan barang yang dijual yaitu baju, sepatu, tas, dan lain-lain. Selain itu, menyelenggarakan sebuah kompetisi khusus bagi para penggemar fotografi. Hanya berbekal gadget dan aplikasi *Instagram*, maka berbagai karya foto pun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisa dihasilkan dan seolah-olah seperti karya para fotografer profesional. Foto yang di lombakan beragam foto, misal foto panorama, foto berhijab, foto baby, dan lain-lain.

2. Sejarah *Instagram*

Penemu akun *Instagram* ialah Kevin Systrom dan Mike Krieger. Kevin Systrom lahir pada tanggal 30 Desember 1993 Holliston, Massachusetts. Pernah kuliah di Stanford University. Kevin Systrom adalah seorang pemrogram komputer dan pengusaha Internet. Ia dibesarkan di sebuah kota kecil bernama Holliston di Massacahusetts, Amerika Serikat. Ia merupakan anak dari Diane (Pels), seorang eksekutif pemasaran, dan Douglas Systrom, wakil presiden sumber daya manusia.

Setelah lulus SMA, ia masuk ke Stanford University mengambil jurusan Management Science and Engineering dan lulus pada tahun 2006. Pada saat di Stanford, Systrom pernah bekerja paruh waktu di perusahaan startup, bernama Odeo. Di kemudian hari Odeo semakin berkembang dan dikenal sebagai penyedia layanan *microblogging, Twitter*. Lulus dari Stanford, ia sempat bekerja di *Google* sebagai manajer pemasaran produk. Ia bekerja pada produk seperti *Gmail, Google Calendar, Docs*, dan S*preadsheets*. Tidak lama Kevin kemudian meninggalkan *Google* untuk bergabung dengan *Nextstop*, sebuah *startup* yang didirikan oleh beberapa mantan karyawan *Google*. Walau kerjanya fokus pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasaran, tidak jarang dia juga membantu membuat ide-ide dalam bentuk pemrograman.

Sedangkan Mike Krieger lahir 4 Maret 1986 São Paulo, Brazil. Michel "Mike" Krieger adalah pengusaha dan insinyur perangkat lunak asal Brasil, yang dikenal sebagai co-founder dari *Instagram* bersama dengan Kevin Systrom. Pada tahun 2004 Krieger pindah ke California untuk belajar di Stanford University. Saat ia belajar sistem simbol di Stanford, ia bertemu dengan Kevin Systrom. Mereka berdua mendirikan Instagram pada tahun 2010. Dia membuat *update* untuk *Instagram* selama 3 tahun pertama itu publik. Mike Krieger pernah menjadi master jurusan interaksi manusia komputer dari universitas Stanford pada tahun 2008 dan pernah magang di *Microsoft*. Selain itu dirinya juga pernah bekerja di *Mountain View* yaitu perusahaan pengembang aplikasi *Meebo* dalam waktu 17 bulan.[3]

Mereka berdua sepakat membuat Perusahaan *Burbn, Inc* pada tahun 2010, *Burbn* merupakan sebuah teknologi *startup* yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada 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. Namun, karena fitur di dalam aplikasi *Burbn* terlalu banyak, Kevin Systrom dan

[3] https://blogpenemu.blogspot.co.id/2014/10/penemu-pendiri-instagram-kevin-systrom-dan-mike-krieger.html. diakses pada tanggal 13 Januari 2017 pukul 21.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga Mike Krieger, memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari *Burbn*, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi *Burbn* yang sudah final, adalah aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam *iPhone*, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal. Kevin dan Mike melihat bahwa *Facebook* membuat aplikasi *check-in* seperti *Foursquare*. Akhirnya agar tidak bentrok dengan layanan *Facebook*, mereka menciptakan *Instagram* dan mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto.[4]

Sebulan setelah peluncuran, *Instagram* mampu merangkul satu juta pengguna. Setahun kemudian, *Instagram* mencapai lebih dari sepuluh juta pengguna. Dan pada tahun 2012, *Instagram* sukses memikat pesaingnya *Facebook*. *Instagram* akhirnya sepakat untuk menerima tawaran akuisisi dari *Facebook* dengan nilai USD1 miliar.

Pada versi awalnya, *Instagram* memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari*: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwell, Walden, Hefe, Apollo, Poprockeet, Nashville, Gotham, 1977,*

[4] http://satupedang.blogspot.com/2015/02/sejarah-asal-mula-media-sosial.instagram.htmlixzz4VdY5wKv3, diakses pada tanggal 13 Januari 2017 pukul 21.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan Lord Kelvin. Namun tepat pada tanggal 20 September 2011 *Instagam* telah menambahkan 4 buah efek terbaru yaitu; *Valencia, Amaro, Rise, Hudson* dan telah menghapus 3 efek, *Apollo, Poprockeet, dan Gotham* dari dalam fitur tersebut. Di dalam pengaplikasian efek sekalipun para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut. Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah *Tilt-Shift*. *Tilt-shift* ini, sama fungsinya dengan efek kamera melalui *instagram*, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikasi *Tilt-Shift* memiliki 2 bentuk, yaitu persegi panjang dan juga bulat. Kedua bentuk tersebut dapat diatur besar dan kecilnya, juga titik fokus yang diinginkan. *Tilt-shift* juga mengatur rupa foto disekeliling titik fokus tersebut, sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat buram pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.[5]

3. Keuntungan dan kekurangan *Instagram*

   a. Tidak bayar, untuk menggunakan *Instagram*, anda tidak perlu membayar, hanya cukup men*download* atau dapat juga langsung membuka situsnya. Tidak seperti jika menggunakan *website* sebagai media *online shop*, tentu harus menyewa domain terlebih dahulu dengan biaya yang bervariasi. Oleh karena itu, untuk bisnis *online shop* pemula ada baiknya memilih sosial media sekelas instagram dibandingkan *website*.

[5] ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Mudah digunakan, kemudahan yang ditawarkan *Instagram* menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Memposting foto atau video, mem*follow*, mengomentari, memberi *like*, hingga *searching* sesuai *hashtag* pun dapat dilakukan dengan sangat mudah.

c. Promosi yang mudah, dengan menggunakan *Instagram*, anda dapat melakukan berbagai cara promosi dengan sangat mudah. Misalnya, dengan menggunakan *hashtag*, menggunakan jasa *edrosement*, atau juga metode *paid promote/ shout for shout* program.

d. *Instagram* juga mengembangkan *InstaMessage*, fitur *chat* antar pengguna *Instagram*

Sedangkan Kekurangan *Instagram* :

a. Video yang kita *upload* hanya berdurasi sekitar 15 detik

b. Karena berbasis *smartphone*, foto-foto yang dipajang di *Instagram* berukuran kecil dan sering tidak terlihat jelas

c. *Spamming*, kemudahan yang diberikan *instagram* dalam hal berinteraksi, membuat sosial media ini sangat rawan *spamming*. Biasanya *spamming* bayak terlihat pada bagian komentar. Namun anda dapat menyiasatinya dengan memberlakukan *private* pada akun anda agar tidak sembarang orang dapat berkomentar pada postingan anda.[6]

[6]http://www.kompasiana.com/leonmark/kelebihan-dan-kekurangan instagram_55eda3fad49273840fc2d6e0, diakses pada tanggal 13 Januari 2017 pukul 22.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Fitur-fitur *Instagram*

a. Pengikut

Sistem sosial di dalam *Instagram* adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *Instagram*. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam *Instagram*, dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti *Twitter* dan juga *Facebook*.

b. Mengunggah Foto

Kegunaan utama dari *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto di *iDevice* tersebut.

c. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi *Instagram* dapat disimpan di dalam *iDevice* tersebut. Penggunaan kamera melalui *Instagram* juga dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera *tilt-shift* yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam *Instagram*, foto tersebut juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna. Foto-foto yang akan diunggah melalui *Instagram* tidak terbatas atas jumlah tertentu, namun *Instagram* memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam *Instagram* adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut terlebih dahulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam *Instagram*, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

d. Efek foto

Pada versi awalnya, *Instagram* memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting fotonya. Efek tersebut terdiri dari: *X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwell, Walden, Hefe, Apollo, Poprockeet, Nashville, Gotham*, 1977, dan *Lord Kelvin*. Pada tanggal 20 September 2011, *Instagam* telah menambahkan 4 buah efek terbaru, yaitu *Valencia, Amaro, Rise, Hudson*, dan menghapus 3 efek, *Apollo, Poprockeet*, dan *Gotham*. Dalam pengaplikasian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

efek, para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut.

e. Judul foto

Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dan foto tersebut akan diunggah ke dalam *Instagram* ataupun ke jejaringan sosial lainnya. Di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut dapat digunakan pengguna untuk menyinggung pengguna *Instagram* lainnya dengan mencantumkan nama akun dari orang tersebut. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

f. Arroba

Seperti *Twitter* dan juga *Facebook*, *Instagram* juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan manambahkan tanda *arroba* dan memasukkan nama akun *Instagram* dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

foto. Pada dasarnya penyinggungan pengguna yang lainnya dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

g. Label foto

Sebuah label dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan "kata kunci". Bila para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat pengambilan foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti sebuah lomba, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas *Instagram*. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkann label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Pada saat ini, label adalah cara yang terbaik jika pengguna hendak mempromosikan foto di dalam *Instagram*.

h. Geotagging

Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna *iDevice* mengaktifkan *GPS* mereka di dalam *iDevice* mereka. Dengan demikian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

iDevice tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna Instagram tersebut berada. *Geotagging* sendiri adalah identifikasi metadata geografis dalam situs *web* ataupun foto. Dengan *Geotag*, para penguna dapat terdeteksi lokasi mereka telah mengambil foto tersebut atau tempat foto tersebut telah diunggah.

i. Jejaring sosial

Dalam berbagi foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam *Instagram* saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, *Tumblr*, dan *Flickr* yang tersedia di halaman *Instagram* untuk membagi foto tersebut.

j. Tanda suka

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan *Facebook*, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam *Instagram*, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman popular tersendiri.

k. Popular

Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak. Foto-foto yang berada di halaman popular tersebut tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut, melainkan dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto popular baru lain yang masuk ke dalam daftar halaman dan menggeser posisi kepopuleran foto tersebut.

l. Peraturan *Instagram*

Sebagai tempat untuk mengunggah foto-foto dari masyarakat umum, ada beberapa peraturan tersendiri dari *Instagram*, agar para pengguna tidak mengunggah foto-foto yang tidak sesuai dengan peraturan. Peraturan yang paling penting di dalam *Instagram* adalah pelarangan keras untuk foto-foto pornografi, dan juga mengunggah foto pengguna lain tanpa meminta izin terlebih dahulu. Bila ada salah satu foto dari akun yang terlihat sama oleh pengguna lainnya, makan pengguna tersebut memiliki hak untuk menandai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

foto tersebut dengan bendera atau melaporkannya langsung kepada *Instagram*.[7]

B. Profil Akun *Instagram* @violetphotocontest

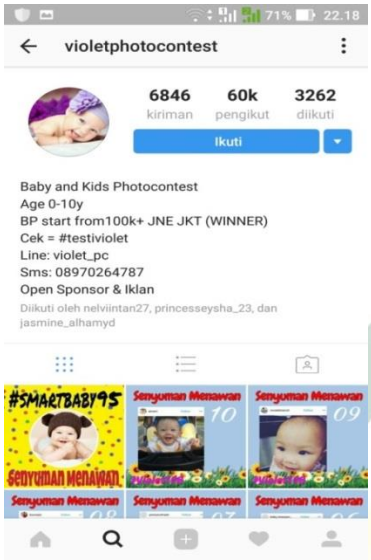
Salah satu akun *Instagram* yang menyelenggarakan kontes foto adalah akun *Instagram* @violetphotocontest, akun *Instagram* @violetphotocontest merupakan salah satu akun *Instagram* yang dibuat oleh ibu Cici Sugiartie pada bulan September 2014. Bermula pada keisengannya ia mulai membuat akun *Instagram* sebagai media perlombaan. Perlombaan yang diadakan ialah perlombaan foto bagi bayi dan anak-anak berusia 0-10 tahun. Alasan media sosial *instagram* yang dipilih oleh ibu cici karena *Instagram* yang paling cocok untuk mengadakan kontes foto daripada media sosial lainnya. Dengan ajakan untuk mengikuti kontes foto yang simple dengan cara yang mudah yaitu hanya mengirimkan foto dan menge*tag* ke akun *Instagram* @violetphotocontest, pengikut akun *Instagram* @violetphotocontest dapat mendaftar sebagai peserta.

Pada profil @violetphotocontest, pengikut pada akun *Instagram* @violetphotocontest berjumlah 60.000.[8] Dari pengikut tersebut, tentu telah banyak juga pengikut yang mendaftar sebagai peserta kontes foto tersebut yaitu terdapat 30-50 peserta per *event*. Sedangkan pada akhir Desember tahun 2016 akun *Instagram* @violetphotocontest memasuki event 194, sehingga total

[7] https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram, diakses pada tanggal 13 Januari 2017 pukul 22.00
[8] Lihat di https://www.instagram.com/violetphotocontest/ diakses pada tanggal 10 Januari 2016 pukul 22.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

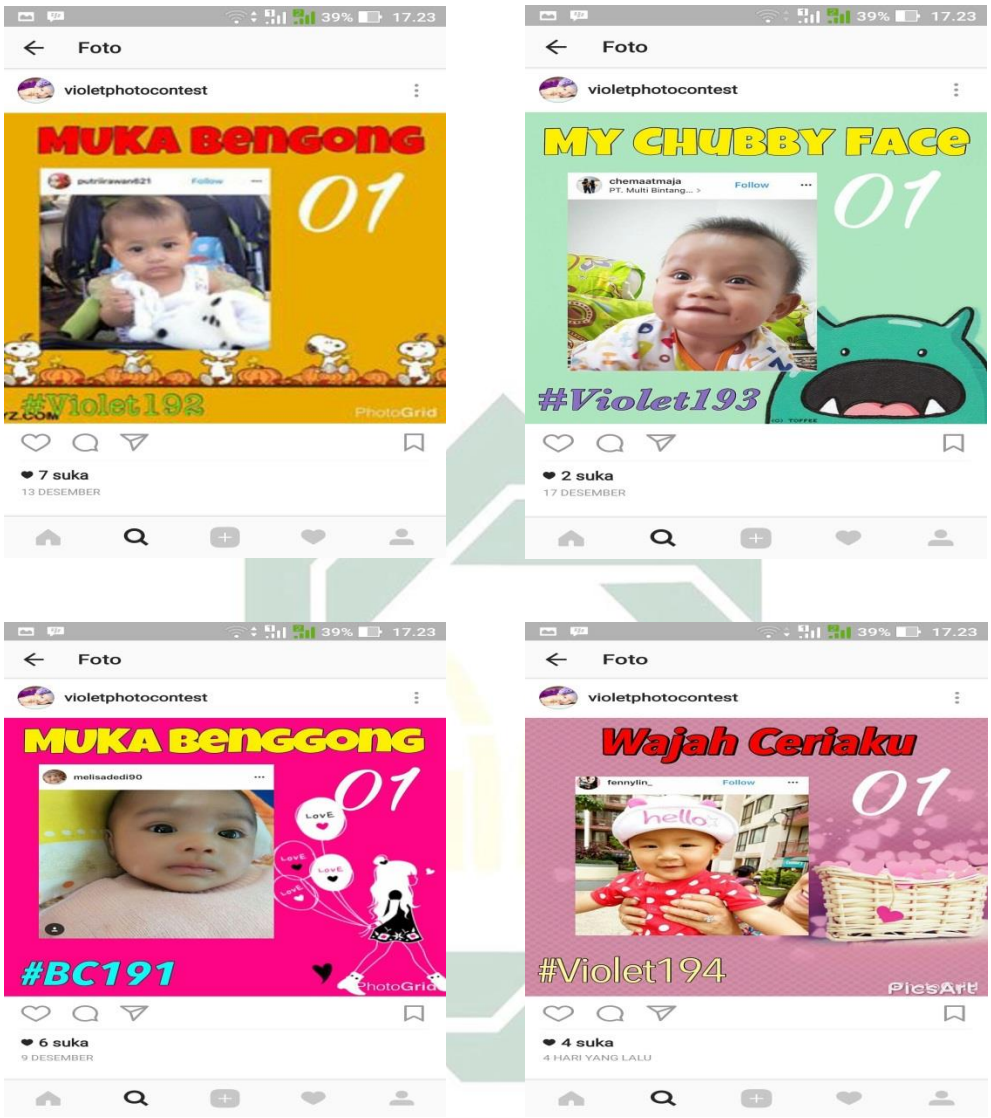
peserta dari awal *event* sampai akhir tahun 2016 = 194 *event* x 30 peserta = 5820 peserta.



Pendaftaran lomba foto dibuka 1 minggu per *event*. Pendaftaran setiap *event* tidak ada batas. Dulu bisa sampe 100 orang peserta pada setiap *event*, sekarang tidak tentu kadang 30-50 orang yang mendaftar ingin mengikuti event tersebut. *Event* pada @violetphotocontest selalu berganti, misal pada Desember minggu pertama 2016 pendaftaran dibuka dengan tema 'bobo imut', pada minggu kedua bertema 'muka bengong', minggu ketiga bertema '*my chubby face'*, minggu ke empat bertema 'wajah ceriaku'. Tema pada @violetphotocontest tidak hanya tema itu saja, melainkan ada tema 'wajah melamun', 'imutnya aku', '*innocent face'*, dan lain-lain.[9]

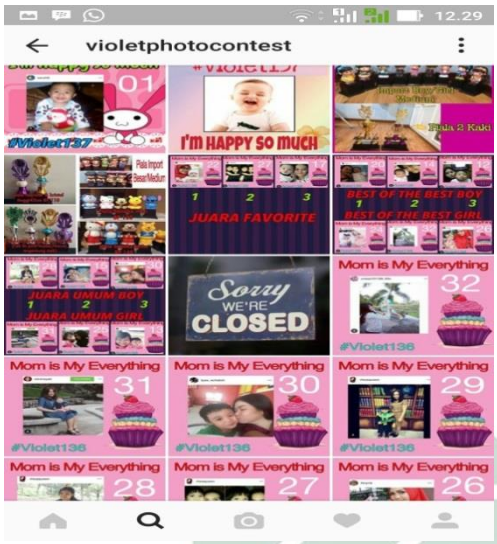
[9] Wawancara Admin Akun Instagram violetphotocontest, 5 Desember 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Setelah penutupan *event*, pengumuman pemenang diumumkan melalui *upload* an foto pada profil @violetphotocontest. Dan admin menge*tag* foto yang pemenang kepada peserta yang telah ditentukan menjadi pemenang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



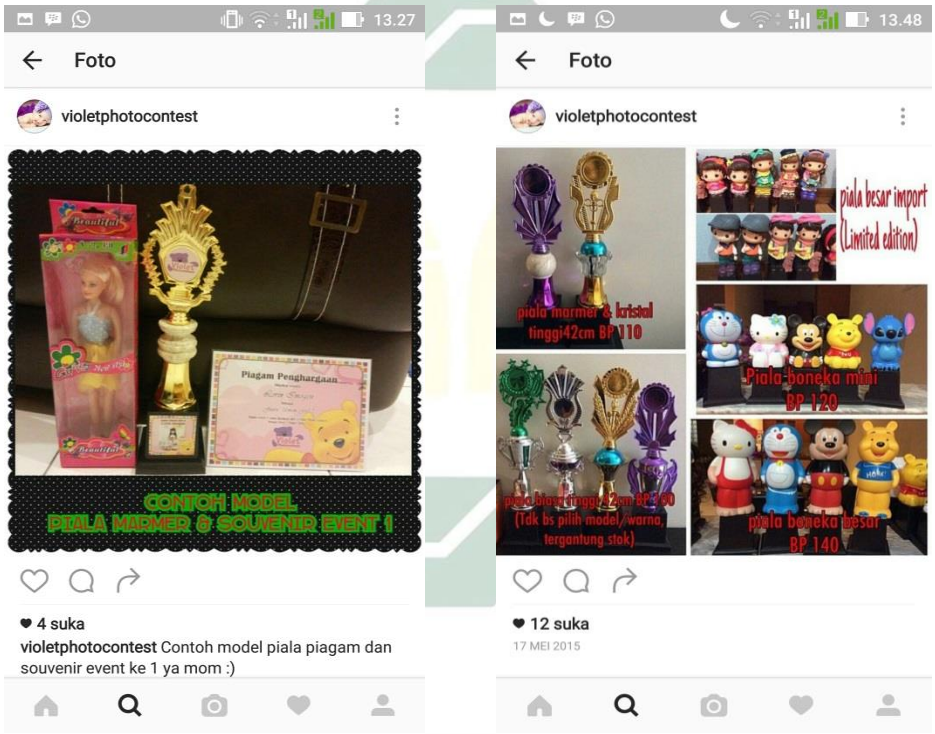
Pengumuman pemenang tersebut diumumkan seminggu setelah diadakan *event*. Jika peserta yang melakukan pendaftaran di awal *event* paling lama menunggu pengumuman pemenang bisa seminggu. Sedangkan peserta yang ikut di akhir *event* bisa saja langsung diumumkan pemenang oleh admin @violetphotocontest dan admin menge*tag* foto yang pemenang kepada peserta yang menjadi pemenang.

Mega Karunia sebagai peserta *event* 113, menyatakan kecewa atas pengumuman pemenang tersebut. Menurutnya admin tidak teliti bahwa anak yang didaftarkan sebagai peserta sebenarnya perempuan, tetapi admin akun *Instagram* @violetphotocontest menge*tag* pada pengumuman pemenang atas nama Earlyta ialah termasuk pemenang katagori *best of the best boy*.[10]

[10] Mega Karunia, Wawancara, Surakarta, 26 Desember 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada awal *event* bulan September 2014 hadiah lomba foto kontes ialah piala, souvenir, dan piagam. Kemudian seiring berkembangnya kontes ini, bulan Mei ibu Cici menambah pilihan hadiah seperti piala murmer, piala boneka mini (doraemon, mickey mouse, hello kitty, winne the pooh), piala boneka besar (doraemon, mickey mouse, hello kitty, winne the pooh), piala boneka besar import serta harga dan bentuk bermacam-macam.

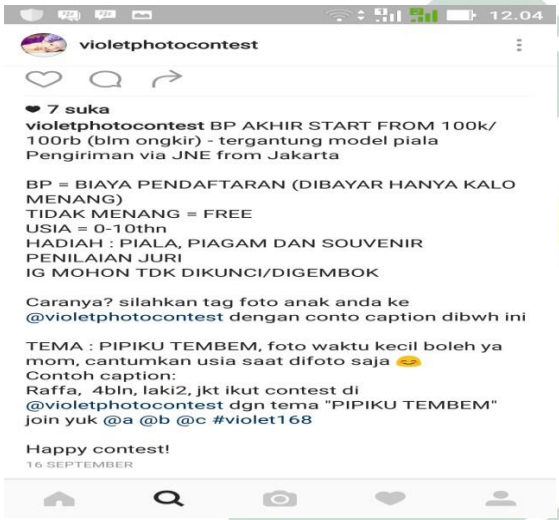


1. Tatacara

Untuk dapat mengikuti kontes foto tersebut, calon peserta harus mengikuti akun *Instagram* @violetphotocontest. Setelah mengikuti, peserta diwajibkan mengirimkan foto pada akun milik pribadi dengan tema *event* yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

telah ditentukan oleh admin @violetphotocontest, dan tema *event* tersebut termasuk dalam tema *event* yang sedang diselenggarakan. Setelah calon peserta mengirim foto ke profil akun milik pribadi, kemudian peserta diwajibkan menge-*tag* foto tersebut ke akun @violetphotocontest disertai dengan *caption,* seperti: Raffa, 4 bulan, Laki-laki, Jakarta, ikut contest di @ violetphotocontest, dengan tema 'pipiku tembem'.



Menurut Hesti, saya coba-coba ikut dan kemudian menang, kontes seperti ini dinilai baik karena tidak ada biaya pendaftaran awal yang membuat keraguan dalam mengikuti kontes foto tersebut, dan juga dapat menjadikan pengalaman penghargaan yang didapatkan dengan mengkoleksi piala dan piagam yang banyak.[11]

[11] Hesti, Wawancara , Sukabumi, 23 Desember 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tata Cara Penentuan Pemenang

Penentuan pemenang ditentukan oleh juri dan tidak ada kriteria yang jelas dari juri untuk menentukan pemenang. Dalam hal ini, telah dirahasiakan oleh admin, juri yang menilai dan menentukan pemenang dalam kontes foto pada *Instagram* @violetphotocontest. Admin yang juga bertindak sebagai juri. Tidak berdasarkan *like* maupun *comment* terhadap foto yang dikirim atau diikutkan kontes, yang penting foto memenuhi syarat tema pada *event* yang berlaku, dan foto terlihat bagus tidak lupa juga yang paling penting ada foto anaknya yang diikutkan kontes.

Untuk mengetahui adanya foto peserta yang ikut foto kontes, pihak admin dari @violetphotocontest melarang bagi peserta yang mengikuti foto kontes menggembok akun *Instagram* tersebut. Sehingga dari admin dapat melihat akun dari pengirim foto tersebut. Agar tidak dikhawatirkan terjadi manipulasi atau penipuan.

Katagori dalam penentuan pemenang setiap *event*nya tidak tetap, tergantung kondisional peserta yang mengikuti lomba foto tersebut. Misalnya pada *event* 144 dengan tema "muka polos" dari total 55 peserta katagori pemenang yang ditentukan oleh juri ialah '3 peserta *Best Of The Best Boy'*, '3 peserta *Best Of The Best Girl'*, '3 peserta *Favorite boy*', '3 peserta *Favorite girl*' '3 peserta *Best Pose'*, '3 peserta Juara Umum *Girl'*, '3 peserta Juara Umum *boy'*,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

'3 peserta Harapan', '3 peserta *Best Choise'*, '3 peserta *Best Candid'*, '3 peserta *Best Runner Up*', ' 1 peserta *Best Moment'*. Sehingga total pemenang dari 55 peserta *event* dengan tema "muka polos" ialah 34 pemenang.

Sedangkan pada *event* yang ke 154, dengan tema yang sama yaitu "muka polos" dengan total 30 peserta, katagori pemenang yang telah ditentukan oleh juri ialah '3 peserta *Best Of The Best Boy'*, '3 peserta *Best Of The Best Girl'*, '3 peserta *Favorite*', '3 peserta *Best Pose'*, '3 peserta Juara Umum *Girl'*, '3 peserta Juara Umum *boy',* '3 peserta *Best Choise'*. Sehingga total pemenang dari 30 peserta *event* dengan tema "muka polos" ialah 21 pemenang.

3. Praktik Pemberian Hadiah

Pemberian hadiah pada kontes foto dalam akun *Instagram* @violetphotocontest dengan cara:

1. Peserta yang dinyatakan telah menang dalam pengumuman profil akun *Instagram* @ violetphotocontest, diwajibkan mengisi biodata (nama, alamat, jenis kelamin, katagori pemenang, *event* ke berapa, pilihan model piala), kemudian sms/wa/line ke nomer yang telah tertera.

   Model piala bermacam-macam:

   a. Piala standart 42 cm harga 100k

   b. Piala marmer 42 cm harga 110k

   c. Piala crystal 42 cm harga 110k

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

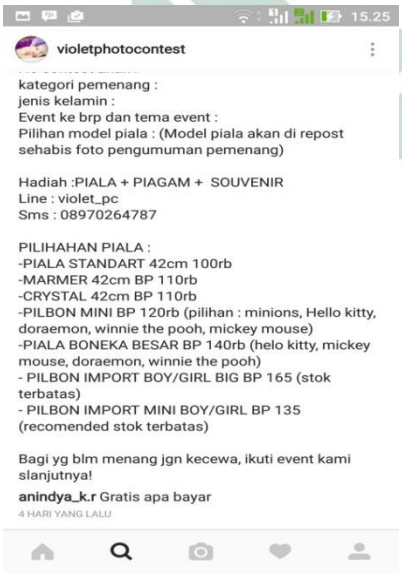
d. Piala boneka mini harga 120k (pilihan: Minions, Hello Kitty, Doraemon, Winnie The Pooh, Mickey Mouse)

e. Piala boneka besar harga 140 (pilihan: Minions, Hello Kitty, Doraemon, Winnie The Pooh, Mickey Mouse)

f. Piala import Boy/Girl mini harga 135k

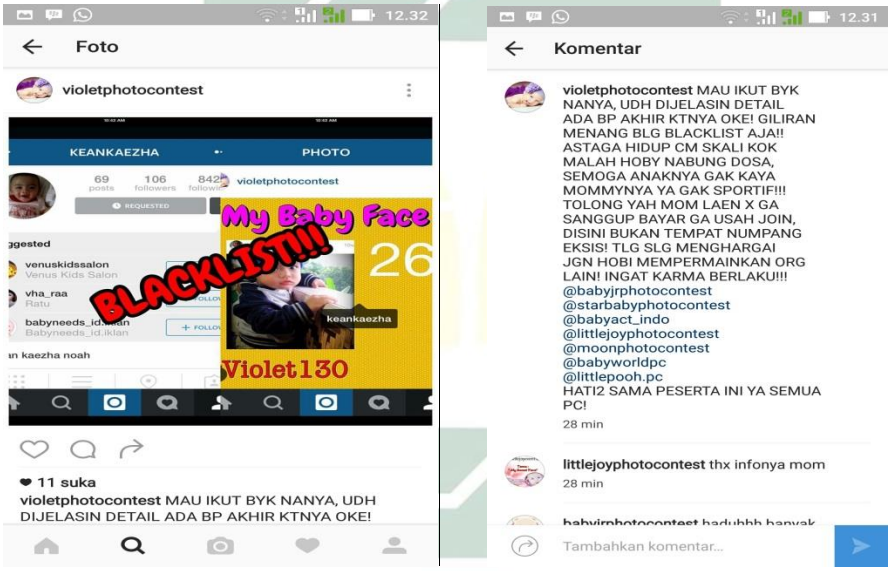
g. Piala import Boy/Girl big harga 165k

2. Setelah mengisi biodata dan memilih hadiah yang dipilih, pemenang mendapatkan nomor rekening atas nama Wibowo, di bank BCA.
3. Pemenang diwajibkan mentaransfer uang seharga piala yang dipilih dan ongkos kirim kepada alamat pemenang yang telah di total oleh admin.
4. Setelah itu, admin memproses pesanan pemenang dan mengirimkan lewat paketan JNE.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selama diadakan kontes foto tersebut, Admin dari akun *Instagram* @violetphotocontest sering merasa kecewa, karena banyak peserta yang telah dipilih sebagai pemenang, tetapi tidak menebus hadiahnya. Sedangkan peserta lainnya ingin menang dan mengambil hadiah tersebut. Dalam hal ini, pihak admin akan mem*blacklist* peserta yang tidak serius menebus hadiah. Sehingga peserta tersebut tidak dapat lagi mendaftar untuk mengikuti kontes foto pada akun *Instagram* @violetphotocontest.



Beberapa peserta tidak tahu bahwa pengambilan hadiah diwajibkan membayar, seperti peserta bernama Flo tidak tahu kalau syarat pengambilan hadiah harus membayar. Menurutnya, kegiatan seperti ini bukanlah kontes tetapi jualan piala, saya juga sering mengikuti kontes tapi tidak pernah disuruh bayar buat pengambilan hadiahnya, semua gratis dan langsung dikirim ke alamat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akhirnya saya tidak mengambil hadiah tersebut.[12] Peserta bernama Tri Ariningsih juga tidak tau bahwa pengambilan hadiah harus membayar. Tri Ariningsih mengatakan ketika saya menang saya langsung menanyakan 'apakah, masih bayar untuk pengambilan pialanya?', pertanyaan tersebut saya ajukan kepada admin akun *Instagram* @violetphotocontest lewat *comment* pengumuman pemenang tersebut.[13]

Menurut ibu Nurul, saya merasa senang menjadi telah dipilih menjadi pemenang oleh admin akun @violetphotocontest, tidak ada salahnya saya coba-coba menebus hadiah tersebut sebagai koleksi piala dan piagam anak saya. Hanya saya bingung, kenapa saya kok bisa jadi pemenang, kriteria yang bagaimana juri menilai dari setiap peserta yang dipilih menjadi pemenang dalam mengikuti kontes foto dalam akun *Instagram* @violetphotocontest.[14] Ketika saya menebus hadiah tersebut, saya mengisi biodata:

Nama : Halima syadiah,

Umur : 1 th

Alamat : Delta Sari Niaga, Waru-Sidoarjo

Jenis Kelamin : Perempuan

Katagori Pemenang : Juara 3 Tema Wajah Termanis

Event : 111, no.peserta 25

[12] Flo, Wawancara , Surabaya-Suramadu, 23 Desember 2016
[13] Tri Ariningsih, Banyuwangi, Wawancara, 26 Desember 2016
[14] Nurul Hikmah, Wawancara , Sidoarjo, 20 Desember 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pilihan piala : Piala Boneka Mickey Mouse Mini

Kemudian saya kirim lewat sms kepada admin akun Instagram @violetphotocontest, saya memilih piala mickey mouse dengan harga 120.000 + 19.000 ongkir ke sidoarjo tatal= 139.000, dan saya mendapat balasan dari admin akun Instagram @ violetphotocontest untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu transfer. Setelah saya mentransfer ke rekening yang telah dikirim oleh admin akun Instagram @violetphotocontest, kemudian saya mengirim bukti transferan, beberapa hari kemudian barang yang saya pesan datang, yaitu piala boneka mickey mouse mini serta mainan. Perasaan saya senang ketika paketan tersebut datang untuk anak saya, tetapi ketika dibuka, piala yang saya inginkan tidak sesuai karena piala tidak menjadi satu. Semestinya, piala terpisah dengan ganggangnya dan nama dalam piala tersebut tidaklah seperti nama yang saya inginkan, nama dalam piala tersebut salah penulisannya. Serta souvenir yang saya dapatkan tidak menyenangkan karena souvenir tersbut bisa saya beli dengan harga murah, saya sudah request tas tetapi ternyata tidak dihiraukan yang saya dapatkan hanya mainan krincingan anak-anak.[15]

Sedangkan alasan ibu Hesti, ingin menebus hadiah karena ingin mempunyai banyak penghargaan untuk anaknya agar kelak menjadi sebuah pengalaman. Menurut ibu Hesti, karena ini anak pertama jadi saya akan memberikan yang terbaik untuk dia dan saya ingin yang saya lakukan ini menjadikan dia lebih percaya diri. Awalnya saya ragu untuk menebus, tapi saya coba saja.[16] Ketika saya menebus hadiah tersebut, saya mengisi biodata:

Nama : Sakhaprawira Dwiharmonie

Umur : 6 bulan

Alamat : Bekasi

Jenis Kelamin : Laki-laki

Katagori Pemenang : Juara 2 Umum *Boy* Tema *My Chubby Face*

[15] Ibid.
[16] Hesti, Wawancara , Sukabumi, 23 Desember 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Event : 193, no.peserta 14

Pilihan piala : Piala Boneka Doraemon

Setelah saya kirim biodata kepada akun Instagram @violetphotocontest, saya memilih piala doraemon dengan harga 120.000 + 7000 ongkir ke Bekasi total= 127.000, dan saya mendapat balasan dari admin akun Instagram @violetphotocontest untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu transfer. Setelah saya mentransfer ke rekening yang telah dikirim oleh admin akun Instagram @violetphotocontest, kemudian saya mengirim bukti transferan, selang beberapa hari kemudian barang yang saya pilih yaitu piala doraemon dan souvenir yang berupa lunchbox (kaya hadiah yang saya dapatkan ketika membeli kokocruch) datang. Hadiah yang saya terima tidak sesuai antara ekspektasi sama realitanya, kalo anak saya ya senang-senang saja.[17]

[17] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id