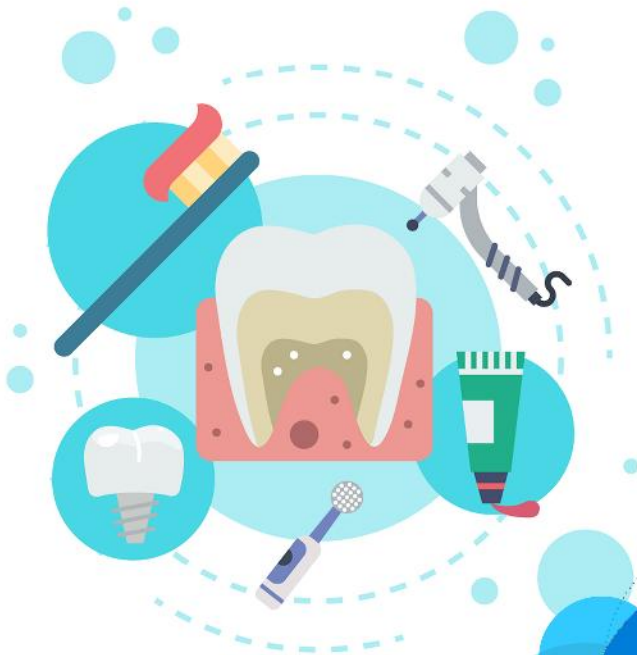




MODEL

PROMOSI KESEHATAN GIGI

MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM



Rena Setiana Primawati, SST, M. K. M
Rudi Triyanto, MDSc



**MODEL PROMOSI KESEHATAN
GIGI MENGGUNAKAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

MODEL PROMOSI KESEHATAN GIGI MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Rena Setiana Primawati, SST, M. K. M
Rudi Triyanto, MDSc



MODEL PROMOSI KESEHATAN GIGI MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Penulis:

Rena Setiana Primawati, SST, M. K. M
Rudi Triyanto, MDSc

Editor:

Erik Santoso

Layouter :

Tim Kreatif PRCI

Cover:

Rusli

Cetakan Pertama : September 2023

Hak Cipta 2023, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

**Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT**

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2022 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2023
; 14,8 x 21 cm
ISBN : 978-623-448-631-5

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kami sehingga kami berhasil menyelesaikan Buku dengan judul Model Promosi Kesehatan Gigi Menggunakan Media Sosial Instagram sesuai yang ditargetkan.

Buku dengan judul Model Promosi Kesehatan Gigi Menggunakan Media Sosial Instagram ini berisikan mengenai bagaimana media sosial dapat digunakan dalam konteks memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai kesehatan gigi dan mulut sehingga masyarakat khususnya para orang tua sadar akan pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut. Kami menyadari bahwa Buku ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu kami harapkan demi kesempurnaan buku ini.

Akhir kata, kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan Buku ini dari awal sampai akhir. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa meridhoi segala usaha kita. Amin.

September, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	III
BAB I KONSEP DASAR PENYULUHAN PADA PROMOSI KESEHATAN	1
A. Pengertian Penyuluhan	1
B. Tujuan Penyuluhan	2
C. Bentuk-bentuk Penyuluhan	3
D. Metode Penyuluhan	4
1. Metode one way methode	4
2. metode two way methode	4
 BAB II HAKIKAT PENGETAHUAN KESEHATAN GIGI DAN MULUT	 7
A. Pengertian Pengetahuan	7
B. Tingkatan Pengetahuan	8
1. Tahu (<i>Know</i>)	9
2. Memahami (<i>Comprehension</i>)	9
3. Aplikasi (<i>Application</i>)	9
4. Analisis (<i>Analysis</i>)	10
5. Sintesis (<i>Synthesis</i>)	10
6. Evaluasi (<i>Evalution</i>)	10
C. Faktor yang mempengaruhi pengetahuan	11
D. Cara memperoleh pengetahuan	12
1. Cara Non Ilmiah	12
a. Cara coba-coba (<i>Trial and error</i>)	12
b. Cara kebetulan	12
c. Cara Kekuasaan atau Otoritas	13
d. Berdasarkan pengalaman pribadi	13

e.	Cara akal sehat (<i>Common sense</i>)	14
f.	Kebenaran melalui wahyu	14
g.	Secara intuitif	15
h.	Induksi	15
i.	Deduksi	16
2.	Cara Modern	16
E.	Pengetahuan Kesehatan Gigi dan Mulut	17

BAB III MEDIA INSTAGRAM SARANA

PROMOSI KESEHATAN	19
A. Pengertian Media	19
B. Perkembangan Media	20
1. Karakteristik media generasi 1	21
2. Karakteristik media generasi 2	21
3. Karakteristik media geneerasi 3	21
C. Jenis Media	22
1. Media Visual	22
2. Media Audio	22
3. Media Audio Visual	23
4. Multimedia	23
D. Instagram	23
1. Pengertian <i>Instagram</i>	23
2. Sejarah Instagram	27
3. Fitur dalam <i>Instagram</i>	28
a. Explore	28
b. Video	28
c. Instagram Direct	29
d. IG TV	29
e. Instagram Stories	30

BAB IV MODEL PROMOSI KESEHATAN GIGI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	33
A. Contoh Produk Instagram dalam Promosi Kesehatan Gigi	33
B. Implementasi Media Promosi Kesehatan Gigi dan mulut menggunakan Instagram	39
DAFTAR PUSTAKA	47

BAB I

KONSEP DASAR PENYULUHAN PADA PROMOSI KESEHATAN

A. Pengertian Penyuluhan

Penyuluhan adalah salah satu kegiatan promosi kesehatan, yaitu memberikan informasi atau berita kesehatan untuk meningkatkan pemahaman dan sikap tentang kesehatan, sehingga mendorong perilaku sehat (Notoatmodjo, 2005 *Cit. Laiskodat, 2020*). Penyuluhan kesehatan merupakan kegiatan pendidikan kesehatan yang bertujuan agar individu atau kelompok memiliki pemahaman yang benar tentang kesehatan dengan cara hidup sehat sesuai dengan kesadaran dan keinginannya sendiri, sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari (Abral dkk., 2020). Penyuluhan atau pendidikan kesehatan gigi merupakan proses pembelajaran bagi individu dan kelompok masyarakat untuk mencapai derajat kesehatan gigi yang tinggi (Herijuliyanti, 2001 *Cit. Rahmani, 2018*). Menurut Dr. Maxwell maltz dalam buku *Psycho-cybernetics* perubahan seseorang biasanya

memerlukan minimalnya sekitar 21 hari untuk menghasilkan perubahan yang terlihat dari citra mental.

B. Tujuan Penyuluhan

(Herijulianti, dkk., 2001) mengemukakan bahwa tujuan penyuluhan diantaranya:

1. Memperkenalkan kepada masyarakat tentang kesehatan gigi.
2. Mengingatkan kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut.
3. Menjabarkan akibat yang akan timbul dari kelalaian menjaga kebersihan gigi dan mulut.
4. Menanamkan perilaku sehat sejak dini melalui kunjungan ke sekolah.
5. Menjalin kerjasama dengan masyarakat melalui RT, RW, Kelurahan dalam memberikan penyuluhan langsung kepada masyarakat, bila dipelakukan dapat saja dilakukan tanpa melalui puskesmas.

C. Bentuk-bentuk Penyuluhan

1. Penyuluhan individual atau perorangan Penyuluhan secara individual dapat dilakukan secara:

a. Formil

Puskesmas : *Chair Side Talk* yang digunakan langsung pada waktu memberikan pengobatan pada penderita dan kunjungan rumah.

b. In formil

Kunjungan rumah (anjang sono), di warung kopi, di kereta api. Penyuluhandilakukan dan diberikan disela obrolan dan bersifat tidak resmi.

2. Penyuluhan Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan individu yang mempunyai ciri-ciri khusus, jumlah orang masih dapat dihitung, siapa yang berkelompok itu masih dapat diketahui.

3. Penyuluhan Masa

Penyuluhan yang diberikan kepada orang banyak sekaligus yang jumlahnya tidak terhitung dan bisa terdiri dari berbagai macam kelompok.

D. Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu:

1. Metode one way methode

Metode ini menitik beratkan yang aktif, sedangkan pihak sasaran tidak diberi kesempatan untuk aktif, yang termasuk metode ini antara lain:

Metode ceramah, siaran radio, pemutaran film, penyebaran selebaran dan pameran.

2. metode two way methode

Metode ini menjamin adanya komunikasi dua arah antara pendidik dan sasaran, yang termasuk metode ini antara lain: wawancara, demonstrasi,

sandiwara, simulasi, curah pendapat, dan tanya jawaban
(Herijulianti, dkk., 2002)

BAB II

HAKIKAT PENGETAHUAN KESEHATAN GIGI DAN MULUT

A. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga, dan sebagainya). Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui indra pendengaran dan indra penglihatan (Notoatmodjo, 2010). Pengetahuan sangat erat hubungannya dengan pendidikan, dimana diharapkan bahwa pendidikan yang tinggi maka orang tersebut akan semakin luas pengetahuannya. Pengetahuan merupakan dominan yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang (Budiharto, 2013).

Pengalaman dan kajian terbukti bahwa perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng dari pada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan (Notoatmodjo, 2010). Pengetahuan mengacu kepada kemampuan untuk menyerap arti atau bahan yang di

pelajari. Pengetahuan memiliki arti yang sangat penting dan mendasar bagi seseorang karena dengan pengetahuan yang dimiliki seseorang akan mampu meletakkan sesuatu bagian pada proporsinya. Pengetahuan seseorang tentang suatu objek mengandung dua aspek, yaitu aspek positif dan negative. Kedua aspek ini yang akan menentukan perilaku seseorang semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui, maka akan menimbulkan perilaku makin positif terhadap objek tertentu (Budiharto, 2013).

Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*overt behavior*). Perilaku yang didasari pengetahuan akan lebih langgeng dari pada perilaku yang tidak didasari pengetahuan.

B. Tingkatan Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2012) pengetahuan memiliki enam tingkatan yang bergerak dari yang tercakup dalam kognitif, diantaranya:

1. Tahu (*Know*)

Pengetahuan yang dimiliki hanya sebatas mengingat apa yang telah dipelajari sebelumnya, dengan demikian tingkatan pengetahuan pada tahap ini adalah tingkatan yang paling rendah. Pada tingkatan ini, contoh kemampuan pengetahuannya seperti menguraikan, menyebutkan, mendefinisikan dan menyatakan.

2. Memahami (*Comprehension*)

Pengetahuan yang diperoleh pada tahap ini dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan menjelaskan tentang objek ataupun sesuatu dengan benar. Orang yang telah paham mengenai pelajaran ataupun materi yang telah diberikan dapat menjelaskan, menyimpulkan, dan menginterpretasikan objek ataupun sesuatu yang telah dipelajarinya.

3. Aplikasi (*Application*)

Pengetahuan yang diperoleh pada tahap ini adalah bisa menerapkan pelajaran yang sudah dipelajarinya pada kondisi nyata.

4. Analisis (*Analysis*)

Kemampuan menjabarkan pelajaran ataupun suatu objek kedalam komponen- komponen yang ada hubungannya satu sama lain. Kemampuan analisis yang diperoleh seperti dapat menggambarkan (membuat bagan), memisahkan dan mengelompokkan, membedakan ataupun membandingkan.

5. Sintesis (*Synthesis*)

Pengetahuan yang diperoleh merupakan kemampuan seseorang dalam menghubungkan berbagai unsur pengetahuan yang ada menjadi suatu model baru yang lebih menyeluruh. Kemampuan sintesis ini meliputi menyusun, perencanaan, klasifikasi, desain, dan menciptakan.

6. Evaluasi (*Evaluation*)

Pengetahuan yang diperoleh pada tahap ini seperti kemampuan untuk melakukan penilaian

terhadap suatu objek. Evaluasi dapat di deskripsikan sebagai proses perencanaan, memperoleh, dan memberikan informasi yang sangat dibutuhkan untuk membuat keputusan lain (Sugiyono, 2014).

C. Faktor yang mempengaruhi pengetahuan

Faktor yang mempengaruhi pengetahuan dalam diri seseorang menurut(Notoatmodjo, 2010) antara lain:

1. Pendidikan
2. Formal Informasi atau media massa
3. Sosial budaya ekonomi
4. Lingkungan
5. Pengalaman.

Pengukuran pengetahuan dapat diketahui dengan cara menanyakan kepada seseorang agar ia mengungkapkan Apa yang diketahui dalam bentuk bukti baik lisan maupun tertulis. Pengukuran pengetahuan dapat berupa kuesioner atau wawancara.

D. Cara memperoleh pengetahuan

Cara memperoleh pengetahuan menurut Notoatmodjo (2012) adalah sebagai berikut:

1. Cara Non Ilmiah

a. Cara coba-coba (*Trial and error*)

Cara coba coba ini dengan menggunakan kemungkinan dalam memecahkan masalah, jika kemungkinan tersebut tidak berhasil dapat dicoba kemungkinan lainnya, jika kemungkinan kedua ini tidak berhasil dapat dicoba kemungkinan ketiga, dan apabila ketiga gagal juga dapat dicoba kemungkinan keempat dan seterusnya, hingga masalah itu dapat dipecahkan. Pemecahan masalah ini dengan memakai kemungkinan, maka disebut dengan metode *trial* (coba) *and error* (gagal atau salah) atau metode coba salah atau coba-coba.

b. Cara kebetulan

Penemuan kebenaran secara kebetulan terjadi karena tidak di sengaja oleh orang yang bersangkutan. Contohnya ialah penemuan *enzim urease*.

c. Cara Kekuasaan atau Otoritas

Sumber pengalaman cara ini dapat berupa pemimpin-pemimpin masyarakat baik formal ataupun informal, para pemuka agama, pemegang pemerintahan dan sebagainya. Pengetahuan didapat berdasarkan pada pemegang otoritas, yaitu orang yang mempunyai wibawa atau kekuasaan, baik tradisi, otoritas pemerintah, otoritas pemimpin agama, ataupun ilmu pengetahuan atau ilmuwan. Prinsip inilah yang membuat orang lain menerima pendapat yang dikemukakan oleh orang yang mempunyai otoritas, tanpa menguji atau membuktikan kebenarannya, baik itu berdasarkan fakta empiris maupun berdasarkan pendapat sendiri.

d. Berdasarkan pengalaman pribadi

Pengalaman pribadi dapat digunakan sebagai upaya untuk memperoleh pengetahuan. Mengulang kembali pengalaman yang didapat ketika pemecahan yang terjadi pada masa lampau dapat menjadi cara mengulang kembali pengalaman.

e. Cara akal sehat (*Common sense*)

Akal sehat kadang-kadang dapat menemukan teori kebenaran. Sebelum ilmu pendidikan ini berkembang, para orang tua zaman dulu agar anaknya dapat mendengarkan dan mempraktekan nasehat orang tuanya, atau agar anak disiplin menggunakan cara hukuman fisik jika anaknya berbuat tidak baik atau tidak benar, misalnya dijewer telinganya atau dicubit. Cara menghukum anak ini hinggasekarang menjadi teori atau kebenaran, bahwa hukuman merupakan suatu cara (meskipun bukan yang paling baik) bagi pendidikan anak-anak.

f. Kebenaran melalui wahyu

Ajaran agama adalah suatu kebenaran yang di wahyukan dari Tuhan melalui para nabi. Para pengikut agama yang bersangkutan wajib menerima dan meyakini kebenaran tersebut, terlepas dari apakah kebenaran tersebut masuk akal atau tidak. Kebenaran ini diterima oleh para nabi merupakan wahyu dan bukan karena hasilusaha penalaran atau penyelidikan manusia.

g. Secara intuitif

Kebenaran secara intuitif diperoleh manusia secara cepat melalui proses luar kesadaran dan tanpa melalui proses penalaran atau berpikir. Kebenaran yang diperoleh melalui intuitif sulit dipercaya sebab kebenaran ini tidak menggunakan cara-cara yang masuk akal dan yang sistematis. kebenaran ini diperoleh seseorang hanya Melalui jalan pikiran Manusia telah mampu menggunakan penalarannya dalam memperoleh pengetahuannya. manusia telah menggunakan alam pikirannya, baik melalui induksi maupun deduksi dalam memperoleh kebenaran pengetahuan.

h. Induksi

Induksi merupakan suatu proses menarik kesimpulan yang dimulai dari pernyataan-pernyataan khusus ke pernyataan yang bersifat general. Hal ini berarti dalam pikiran induksi pembuatan kesimpulan tersebut berdasarkan pengalaman- pengalaman empiris yang ditangkap oleh indera. Lalu disimpulkan ke dalam suatu konsep yang memungkinkan seseorang untuk

memahami suatu gejala. Proses berpikir induksi itu beranjak dari hasil pengamatan indera atau hal-hal yang konkret atau nyata, maka bisa dikatakan bahwa induksi beranjak dari hal yang konkret kepada hal-hal yang abstrak.

i. Deduksi

Deduksi ialah pembuatan kesimpulan dari pernyataan-pernyataan general ke khusus. sesuatu yang dianggap benar secara umum, berlaku juga kebenarannya pada semua peristiwa yang terjadi hal ini berlaku dalam berpikir deduksi. erdasarkan intuitif atau suara hati.

2. Cara Modern

Cara baru atau modern dalam memperoleh pengetahuan saat ini lebih sistematis, logis dan ilmiah. Cara ini disebut metode kajian ilmiah atau lebih dikenal dengan sebutan metode kajian (research methodology).

E. Pengetahuan Kesehatan Gigi dan Mulut

Kesehatan merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia, sehat secara jasmani dan rohani. Kesehatan yang perlu diperhatikan selain kesehatan tubuh secara umum, juga kesehatan gigi dan mulut dapat mempengaruhi kesehatan tubuh secara menyeluruh, dengan kata lain bahwa kesehatan gigi dan mulut merupakan bagian integral dari kesehatan tubuh secara keseluruhan yang tidak dapat dipisahkan dari kesehatan tubuh secara umum (Rachmawati, 2012)

Pengetahuan kesehatan gigi dan mulut meliputi (1) menjaga kebersihan gigi dan mulut seperti menyikat gigi secara teratur, memilih sikat gigi yang baik dan benar, cara menyikat gigi dan pergantian sikat gigi (2) mengonsumsi makanan yang tepat seperti sayuran dan buah-buahan karena merupakan sumber vitamin dan mineral (3) menghindari kebiasaan yang tidak baik misalnya mengonsumsi makanan manis dan lengket (4) menggunakan fluor karena fluor bisa digunakan untuk mencegah terjadinya gigi berlubang (Rahmadhan, 2010)

BAB III

MEDIA INSTAGRAM SARANA PROMOSI KESEHATAN

A. Pengertian Media

Media adalah alat pembelajaran yang menunjang proses belajar mengajar secara langsung, supaya tujuan pembelajaran bisa tercapai dengan efektif serta efisien. Kata media berasal dari bahasa latin, yang merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*” yang secara harfiah artinya “pengantar ataupun perantara”. Media dapat diartikan sebagai wahana penyalur informasi belajar atau bisa juga sebagai penyalur pesan (Mulyono, 2013).

Menurut Djamarah, media merupakan alat bantu apa saja yang bisa dijadikan sebagai penyalur informasi yang berguna untuk mencapai tujuan dari pengajaran (Djamarah, 2006 *Cit.* Mulyono, 2013) . Menurut Lesle J. Briggs media adalah sarana untuk memberi perangsang bagi peserta didik agar terjadi proses belajar. Menurut Brown menggaris bawahi bahwa efektivitas proses belajar dan mengajar bisa dipengaruhi oleh media yang

digunakan guru atau siswa apabila media tersebut digunakan dengan baik (Asra, 2008 *Cit.* Mulyono, 2013).

Association for Education an Communication Technology (AECT) media merupakan segala bentuk yang digunakan untuk menyampaikan informasi. *National Education Association* (NEA) media adalah benda yang bisa dimanipulasikan, dilihat, didengar, dibaca ataupun dibicarakan bersama dengan instrument yang digunakan dengan baik, pada proses kegiatan pembelajaran, dan bisa mempengaruhi efektivitas program intruksional (Darmawan & Kustandi, 2020).

B. Perkembangan Media

Secara umum perkembangan media terdiri dari tiga generasi utama yang meliputi (1) Pada generasi ini media meliputi surat kabar atau majalah; (2) Pada generasi ini media meliputi radio, film, dan televisi; (3) Pada generasi ini media meliputi telematika dan komputer.

1. Karakteristik media generasi 1

- a. Arus pesan satu arah
- b. Pesan tercetak
- c. Pesan dapat dibaca langsung
- d. Pesan diatas papan, kertas, dan lain sebagainya
- e. Daya rangsang rendah
- f. Biaya operasional murah
- g. Cara kerjanya mekanis-elektris

2. Karakteristik media generasi 2

- a. Arus pesan satu arah
- b. Pesan dalam bentuk audio, audiovisual, pita kaset
- c. Pesan bisa dibaca serta didengar saat disiarkan dan diputar ulang
- d. Pesan di radio, layar televisi, monitor
- e. Daya rangsang tinggi
- f. Biaya operasional mahal
- g. Cara kerja elektris.

3. Karakteristik media geneerasi 3

- a. Arus pesan dua arah
- b. Pesan audi, audivisual, vit kasetatau disket
- c. Pesan bisa dibaca serta didengar saat disiarkan

dan diputar ulang

- d. Pesan pada tayangan televisi, layar monitor atau computer
- e. Daya rangsang tinggi
- f. Biaya operasional mahal
- g. Cara kerja elektrik (Darmawan & Kustandi, 2020).

C. Jenis Media

Jenis-jenis media secara umum dapat dibagi menjadi:

1. Media Visual

Media visual merupakan media yang dapat dilihat. Media visual mengandalkan indra penglihatan. Contoh media visual yaitu foto, gambar, komik, poster, majalah, dan sebagainya.

2. Media Audio

Media audio merupakan media yang dapat didengar. Media ini mengandalkan indra pendengaran.

Contoh media audio yaitu suara, musik dan lagu, alat musik, siaran radio, dan sebagainya.

3. Media Audio Visual

Media audio visual merupakan media yang dapat didengar dan dilihat secara bersamaan. Contoh media audio visual yaitu media drama, pementasan, film televisi, dan sebagainya.

4. Multimedia

Multimedia merupakan seluruh jenis media yang terangkum menjadi satu. Contoh multimedia yaitu internet, Sosial media (*Instagram*) (Satrianawati, 2018).

D. Instagram

1. Pengertian *Instagram*

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video

secara online. *Instagram* berasal dari Kata "insta" atau "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* merupakan gabungan dari kata instan dan telegram (Poindexter, 2018)



Gambar Instagram

(Getty Images, 2021)

Pada aplikasi *Instagram*, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang disetujui sebelumnya. Pengguna dapat menjelajahi konten pengguna lain berdasarkan tag dan lokasi dan melihat konten yang sedang tren. Pengguna dapat menyukai foto serta mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka masuk kepada beranda. Melalui *Instagram* pengguna dapat mengunggah foto dan video pendek kemudian membagikannya kepada pengguna lain. Pada gambar yang diunggah, pengguna dapat menambahkan tag kepada orang tertentu dan penentuan lokasi. Pengguna juga dapat mengatur akun mereka sebagai "pribadi", sehingga mengharuskan mereka menyetujui setiap permintaan pengikut baru. Pengguna dapat menghubungkan akun *Instagram* mereka ke situs jejaring sosial lain, memungkinkan mereka untuk berbagi foto yang diunggah ke situs-situs tersebut (Warih, 2017)

Setelah diluncurkan pada tahun 2010, *Instagram* dengan cepat mendapatkan popularitas, dengan satu juta pengguna terdaftar dalam dua bulan, 10 juta dalam setahun dan akhirnya 800 juta pada September 2017. Pada April 2012, *Facebook* memperoleh keuntungan sekitar US 1 miliar dolar hingga Oktober 2015, lebih dari 40 miliar foto telah diunggah ke layanan. *Instagram* dapat digunakan pada smartphone, iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play. (Nasrullah, 2015)

Qorib (2020) mengatakan bahwa saat ini *Instagram* mengalami eksistensi yang tinggi dan banyak digemari khususnya oleh generasi milenial karena *Instagram* digunakan sebagai media informasi. Hal ini mendukung salah satu fungsimedia yaitu “*to inform*” atau memberikan informasi kepada masyarakat. *Instagram* sebagai salah satu media sosial yang menimbulkan manfaat berguna untuk penyampaian informasi baru (Zahra dan Rina 2018).

2. Sejarah Instagram

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 memulai pengembangan di San Francisco, ketika Kevin Systrom dan Mike Krieger memilih untuk memfokuskan proyek check-in HTML5 dengan multifitur 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 (Nasrullah, 2015)

3. Fitur dalam *Instagram*

Fitur dalam *instagram* menurut Septiani, (2013) adalah sebagai berikut:

a. 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.

b. 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.

c. Instagram Direct

Instagram direct merupakan sebuah fitur yang memungkinkan pengguna berinteraksi melalui pesan pribadi. Pengguna yang mengikuti satu sama lain dapat mengirim pesan pribadi dengan foto dan video. Penggunaan *Instagram* direct dapat mengirim foto ke maksimum kepada 15 orang. Fitur ini resmi diluncurkan dalam aplikasi *Instagram* pada tahun 2013 dan mengalami pembaruan pada tahun 2015.

d. IG TV

IGTV merupakan fitur paling terbaru yang dikeluarkan oleh *Instagram*. IGTV adalah video vertikal yang tersedia dalam aplikasi dan situs web *Instagram*.