

KARYA SENI DALAM GENGAMAN: Ruang Kreatif, Sumber Inspirasi dan Apresiasi

Rony Siswo Setiaji

Desain Komunikasi Visual, Institut Informatika Indonesia (IKADO) Surabaya.
ronysiswo@gmail.com

Abstract: Technology is growing and increasing every time. The Internet has become a necessity for everyone. All information from around the world is very accessible on the smartphone screen, as well as artwork. Instagram is one of the social media applications based on mobile phone that is the current trend. Through instagram we can upload the best artwork to just be exhibited as a portfolio or even traded. We can also appreciate the other people's artwork for recreation or looking for a source of inspiration. This paper will discuss the role of technology, especially social media applications based on mobile phones in the field of art in the development of creative character of learners.

Key Words: Instagram, Creative, Innovative, Inspiration, Appreciation

Abstrak: Teknologi semakin berkembang pesat dan semakin canggih. Internet telah menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Segala bentuk informasi dari seluruh belahan dunia sangat mudah diakses dalam gengaman layar *smartphone*, termasuk halnya karya seni. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial berbasis *mobile phone* yang sedang tren saat ini. Melalui instagram kita bisa mengupload karya seni andalan untuk sekedar dipamerkan sebagai portofolio atau bahkan diperjual-belikan. Kita juga bisa mengapresiasi karya seni orang lain untuk sekedar rekreasi atau mencari sumber inspirasi. Makalah ini akan membahas peran teknologi khususnya aplikasi sosial media berbasis *mobile phone* dibidang seni dalam pembentukan karakter kreatif peserta didik.

Kata kunci: Instagram, Kreatif, Inovatif, Inspirasi, Apresiasi.

Dunia telah berubah, dunia sekarang adalah dunia yang tak mengenal batas jarak, ruang dan waktu. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang pesat dan semakin canggih. Manusia telah memasuki peradaban era digital. Penggunaan internet menjadi sebuah kebutuhan primer bagi manusia, khususnya media sosial.

Melalui media sosial manusia lebih mudah dalam berkomunikasi serta berinteraksi kapanpun, dimanapun dan dengan siapapun tanpa harus bertatap muka secara langsung. Pengguna media sosial dapat bertemu kembali dengan teman yang sudah lama tidak bertemu bahkan dapat memperoleh teman atau kenalan baru. Melalui media sosial pula, pengguna bisa saling berbagi konten seperti informasi, berita, foto, serta video.

Saat ini telah banyak aplikasi media sosial berbasis *mobile*, *desktop* dan internet yang dapat diunduh secara gratis seperti facebook, twitter, youtube, instagram dan

aplikasi media sosial lainnya. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang sedang tren saat ini. instagram menjadi aplikasi yang sangat digandrungi oleh berbagai kalangan. Melalui instagram kita bisa mengunggah konten berupa foto maupun video.

Bagi pengguna aplikasi instagram khususnya mahasiswa seni dan desain, pemanfaatan aplikasi media sosial ini sebaiknya tidak hanya digunakan untuk berbagi foto atau video yang bersifat pribadi saja. Namun, instagram dapat dimanfaatkan menjadi ruang kreatif bagi para penggunanya. Pengguna instagram dapat mengunggah berbagai karya seni terbaik mereka. Pengguna instagram juga dapat berbisnis dalam aplikasi ini misalnya menjual karya seni/ desain dan menerima jasa pembuatan karya seni/ desain. Pengguna dapat memanfaatkan pula sebagai sumber inspirasi dan sumber referensi dalam menciptakan karya seni baru. Pengguna juga dapat melakukan apresiasi seni terhadap karya

seni atau desain milik orang lain.

KAJIAN TEORI

Media Sosial

Media Sosial adalah media *online* berbasis internet yang memudahkan penggunanya saling bertukar informasi, berinteraksi dan berkomunikasi tanpa batas jarak, ruang dan waktu. Menurut Zarrella (2010) media sosial adalah teknologi *web* terbaru berbasis internet yang mempermudah siapa saja dalam berkomunikasi, berbagi dan menyebarkan konten mereka sendiri. Postingan pada blog, twitter, instagram dan video youtube dapat dibuat dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Sejalan dengan pendapat Zarrella menurut Antony Mayfield (2008) media sosial adalah media dimana penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan membuat konten/pesan/ informasi dalam bentuk blog, jejaring sosial, wikipedia, forum-forum dan dunia virtual.

Media sosial memiliki karakteristik khusus jika dibandingkan dengan media konvensional atau media tradisional seperti televisi, radio atau media cetak. Berikut adalah karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2015):

- a. Jaringan (*network*). Jaringan merupakan infrastruktur yang menghubungkan antar komputer dengan perangkat keras lainnya. Komunikasi bisa terjadi apabila ada koneksi antar komputer, termasuk didalamnya perpindahan data.
- b. Informasi. Pengguna media sosial dapat merepresentasikan diri, memproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.
- c. Arsip. Pengguna media sosial dapat menyimpan informasi dan mengaksesnya kembali kapanpun dan melalui perangkat apapun.
- d. Interaksi. Pengguna media sosial dapat membentuk jaringan dengan pengguna lain. Pengguna tidak hanya memperluas jaringan pertemanan atau pengikut semata, tetapi juga membangun interaksi antar pengguna.
- e. Simulasi sosial. Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual.
- f. Konten oleh pengguna. Dalam media

sosial konten sepenuhnya milik pengguna. Media sosial memberikan kesempatan dan keleluasaan kepada pengguna untuk berpartisipasi. Tidak seperti media konvensional atau media tradisional dimana pengguna hanya sebatas menjadi objek atau sasaran pasif dalam penyampaian informasi.

Media sosial diklasifikasikan dalam berbagai jenis menurut Kaplan dan Haenlein (2010) dalam artikel berjudul *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Klasifikasi jenis-jenis media sosial adalah sebagai berikut:

- a. *Website*. Pengguna diijinkan untuk menambah, menghilangkan dan mengubah konten dalam laman *website* seperti wikipedia.
- b. *Blog*. Pengguna lebih bebas dalam mengungkapkan perasaan, pengalaman, pernyataan dan kritikan terhadap suatu hal seperti media sosial twitter.
- c. *Konten*. Pengguna bisa saling membagikan/ *share* multimedia seperti foto, *e-book*, video atau gambar, contohnya adalah youtube dan instagram.
- d. *Situs jejaring sosial*. Pengguna mendapatkan izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi secara pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung dan diakses oleh orang lain contohnya adalah facebook.
- e. *Virtual game world*. Pengguna dapat muncul dalam bentuk avatar-avatars dan berinteraksi dengan orang lain yang juga muncul dalam bentuk avatar, contohnya adalah *game online*.
- f. *Virtual social world*. Pengguna merasa hidup berada di dalam dunia virtual. Hampir sama dengan *virtual game world* yang berinteraksi dengan yang lain, namun *virtual social world* lebih bebas berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan seperti *second life*.

Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Banyak dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat dari perkembangan media sosial seperti kemudahan berkomunikasi, kemudahan saling berbagi konten/ informasi dan bahkan kemudahan dalam berbisnis. Selain memberi dampak positif, media sosial juga memberi

dampak negatif bagi penggunaannya seperti maraknya kasus penipuan, fitnah, ujaran kebencian bahkan penghinaan terhadap seseorang atau sekelompok orang hanya karena perbedaan pendapat, perbedaan golongan dll. Maka dari itu diperlukan acuan atau pedoman dalam menggunakan media sosial secara bijaksana (Panduan optimalisasi media sosial untuk kementerian perdagangan RI, 2014):

- a. Tidak terlalu terbuka atau mengumbar informasi yang bersifat privasi. Data atau informasi yang bersifat privasi harus dirahasiakan agar tidak disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab dan agar tidak menjadi sasaran kejahatan. Namun, dalam kepentingan bisnis dan pemasaran maka sejumlah informasi harus di-*publish* pada media sosial seperti contohnya detail barang yang dijual harus sesuai.
- b. Berkomunikasi dengan santun dan menggunakan kaidah bahasa dengan baik dan benar. Menghindari penggunaan kata-kata kasar, kata-kata yang memiliki arti kotor, mengandung hujatan dan kata-kata yang tidak sopan dalam menggunakan media sosial.
- c. Dalam menggunakan media sosial, jangan menyebarkan konten bersifat pornografi dan konten yang mengganggu SARA (Suku, Agama, Ras & Antar golongan) sehingga tidak menyinggung satu sama lain, tidak menimbulkan perpecahan dan tidak memicu terjadinya konflik. Saling menghargai dalam perbedaan.
- d. Membiasakan diri untuk selalu mengecek kebenaran dari sebuah konten/ informasi/ berita sebelum membagikan dan menyebarkannya kembali sehingga tidak termakan berita yang mengandung hoax.
- e. Menjunjung tinggi nilai-nilai orisinalitas antar pengguna media sosial dengan menyebutkan sumber terhadap hasil karya orang lain khususnya dalam konteks ilmiah, seni dan budaya. Seperti contoh karya seni, foto atau video
- f. Membiasakan diri untuk memahami isi sebuah informasi/ berita secara komprehensif dan tidak sepotong-potong.
- g. Mengemukakan pendapat, beropini atau berargumen sesuai fakta dan data yang

benar.

- h. Dalam media sosial, jangan menuduh, menyerang, beropini negatif dan memberikan informasi tidak benar serta tidak mencemarkan nama baik orang lain.
- i. Menggunakan media sosial saat pikiran jernih dan tidak emosi sehingga konten yang di-*publish* tidak menjadi kabur dan keliru.
- j. Tidak gampang terpengaruh atau sekedar ikut-ikutan tanpa memiliki alasan yang kuat dan mengetahui kebenarannya.
- k. Mampu membatasi diri dan menyaring segala hal dalam menggunakan media sosial.
- l. Menggunakan media sosial untuk kegiatan-kegiatan yang positif dan produktif seperti berkarya kreatif dan berbisnis.

Berbagai macam bentuk aplikasi media sosial telah bermunculan dan semakin memudahkan penggunaannya dalam berkomunikasi dan berbagi konten/ informasi. Pengguna bisa memilih dan mendownload aplikasi media sosial secara gratis melalui *smartphone* atau *desktop* sesuai dengan keinginan seperti twitter, facebook, youtube atau instagram. Namun, media sosial yang menjadi fokus dalam artikel atau makalah ini adalah aplikasi instagram.

Instagram

Lalu apa instagram itu? Instagram adalah aplikasi berbasis *mobile*, *desktop* dan internet yang memungkinkan penggunaannya berbagi foto dan video untuk keperluan pribadi atau publikasi. Pengguna instagram dapat menggunakan berbagai filter yang tersedia untuk keperluan *editing*. Pengguna juga dapat menyertakan lokasi melalui *geotag*. Pengguna instagram dapat menambahkan *hashtag* dalam postingan untuk menghubungkan foto atau video ke konten lain yang menampilkan subjek atau topik yang sama. Pengguna juga dapat menghubungkan akun mereka dengan akun media sosial lain seperti twitter, tumblr atau facebook dan memungkinkan untuk berbagi konten ke media sosial tersebut (en.wikipedia.org).



Gambar 1. Logo Instagram yang dulu (kiri) & logo instagram saat ini (kanan).

Popularitas aplikasi instagram dengan cepat meroket. Terhitung sejak diluncurkan pada oktober 2010 hingga bulan april 2017, instagram telah memiliki 700 juta pengguna aktif, jumlah tersebut naik dari 600 juta pengguna pada bulan desember 2016. Hal ini menunjukkan bahwa hanya sekitar 4 bulan, instagram telah menambah 100 juta pengguna aktif (www.cbnc.com).

Melihat data peningkatan jumlah pengguna aktif instagram, tak heran jika aplikasi ini menjadi salah satu aplikasi media sosial terpopuler di dunia. Di Indonesia sendiri pengguna aktif instagram pada tahun 2017 mencapai 45 juta pengguna, jumlah ini meningkat dari 22 juta pengguna aktif pada tahun 2016. Indonesia menjadi komunitas terbesar pengguna instagram di asia pasifik (www.wartakota.tribunnews.com).

Pengguna instagram harus memahami menu-menu yang ada dalam aplikasi ini. Instagram memiliki lima menu utama yang terletak pada bagian bawah (Atmoko, 2012):

- a. *Home page*. Menu ini adalah halaman utama yang menampilkan linimasa foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.
- b. *Search*. Menu ini adalah menu yang memudahkan pengguna untuk melakukan pencarian terhadap akun pengguna lain atau foto dan video yang sedang populer.
- c. *Camera*. Menu ini adalah menu yang dapat digunakan oleh pengguna untuk langsung memotret atau membuat video. Pada menu ini pengguna juga dapat mengunggah foto atau video yang telah ada sebelumnya. Dalam menu ini pula pengguna dapat melakukan *editing* menggunakan *tool* dan *filter* yang telah tersedia.
- d. *Profil*. Melalui menu ini, pengguna dapat mengetahui secara detail dan dapat mengubah informasi profil pribadi, serta dapat mengetahui informasi profil pengikut dan yang telah diikuti.

- e. *News feed*. Menu ini adalah menu yang menampilkan notifikasi terhadap aktivitas yang telah dilakukan oleh pengguna.

Selain menu pada bagian bawah, instagram telah memiliki menu baru pada bagian atas yaitu menu *instagram stories*. Menu ini adalah menu dimana pengguna dapat mengunggah foto atau video dengan durasi yang singkat. Pengguna dapat menambahkan gambar atau teks pada foto dan video yang akan diunggah. Dalam menu ini pula pengguna bisa mengunggah video *boomerang*, video *rewind* yang disertai berbagai macam *sticker* atau *hashtag*, bahkan pengguna dapat melakukan siaran secara langsung. Pada menu ini pula pengguna dapat mengetahui siapa saja pengikut yang telah melihat *instagram stories*-nya.



Gambar 2. Screenshot tampilan aplikasi instagram pada smartphone

Beberapa bagian yang sebaiknya diisi dalam instagram agar foto atau video yang pengguna unggah lebih informatif (Atmoko, 2012):

- a. *Caption*. Judul atau *caption* dapat memperkuat karakter atau pesan yang ingin

disampaikan pada unggahan foto atau video.

- b. *Hastag*. *Hastag* merupakan suatu label yang diawali dengan simbol tanda pagar (#) pada suatu kata. Fungsi *hastag* untuk memudahkan pengguna dalam mencari foto atau video yang berkaitan dengan label tertentu. Contohnya adalah #instagram.
- c. *Geotag*. Pengguna dapat menambahkan lokasi atau *geotag* dalam unggahannya sehingga dapat menampilkan lokasi dimana pengambilan foto atau video tersebut.
- d. *Share*. Instagram juga menyediakan fitur *share* ke media sosial lain seperti facebook, twitter dan tumblr.

Instagram tidak hanya menjadi media yang digunakan untuk mengunggah foto atau video untuk keperluan pribadi, instagram telah menjelma menjadi ruang kreatif bagi semua orang. Instagram juga digunakan untuk mengunggah karya-karya seni terbaik seperti karya fotografi, desain, musik dan tari. Para pengguna instagram seakan-akan berlomba-lomba mengunggah karya seni terbaik mereka untuk mendapatkan apresiasi dari *follower* atau orang lain. Pengguna instagram juga memanfaatkan media sosial ini untuk sarana bisnis, menawarkan jasa pembuatan karya atau desain serta menawarkan jual-beli karya seni.

Kreativitas

Kreativitas memiliki banyak pengertian. Kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan sesuatu yang baru (Baron dalam Ali & Asrori, 2006). Sejalan dengan pendapat Baron, Santrock (2007) menjelaskan bahwa kreativitas merupakan kemampuan berpikir dalam cara-cara baru dan tidak biasa serta menghasilkan pemecahan masalah yang unik. Kreativitas merupakan proses mental yang dilakukan oleh individu berupa gagasan atau produk baru atau mengkombinasikan diantara keduanya yang pada akhirnya melekat pada diri individu tersebut (James J. Gallagher dalam Yeni Rachmawati, 2005). Jadi berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan berpikir individu dalam menciptakan ide, gagasan atau karya-karya baru, berbeda dan orisinal, kreativitas juga bisa diartikan sebagai kemampuan individu dalam menemukan cara-cara pemecahan masalah yang unik.

Kreativitas memiliki empat tipe kecerdasan (Rowe dalam Sita Astarti 2005) meliputi kecerdasan intuitif, inovatif, imajinatif dan inspirasional. Kecerdasan tipe intuitif yaitu terfokus pada hasil, menggunakan akal sehat, dan mengandalkan pengalaman masa lalu. Kecerdasan tipe inovatif berkaitan pada penyelesaian masalah, sistematis dan mengandalkan data dalam melakukan sebuah tindakan. Kecerdasan tipe imajinatif merupakan kemampuan memvisualisasikan ide serta berpikir *out of the box*. Sedangkan kecerdasan tipe inspirasional yaitu berfokus pada perubahan serta rela berkorban untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Ciri-ciri kreativitas pada seseorang menurut Munandar (2009) meliputi kelancaran, keluwesan dan orisinalitas dalam berpikir serta kemampuan mengelaborasi yaitu dengan mengembangkan, memperkaya dan memperinci suatu gagasan. Sedangkan A. Roe dalam *Frinces* (2004) menyatakan bahwa syarat-syarat orang yang kreatif yaitu:

- a. Keterbukaan terhadap pengalaman (*openness to experience*)
- b. Pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan (*observance seeing things in unusual ways*).
- c. Keinginan (*curiosity*), Toleransi terhadap ambiguitas (*tolerance of apporites*).
- d. Kemandirian dalam penilaian, pikiran serta tindakan (*independence in judgement, thought and action*).
- e. Memerlukan dan menerima otonomi (*needing and assuming autonomy*).
- f. Kepercayaan terhadap diri sendiri (*self-reliance*).
- g. Tidak sedang tunduk pada pengawasan kelompok (*not being subject to group standart and control*).
- h. Ketersediaan untuk mengambil resiko yang diperhitungkan (*willing to take calculated risks*).

Apresiasi

Apresiasi dalam bahasa inggris adalah *–appreciate*” yang berarti menghargai, menilai, menyadari serta mengerti. Sedangkan *–appreciation*” berarti penghargaan, pemahaman dan penghayatan. Menurut Susanto (2011) pengertian apresiasi seni adalah memahami, mengerti dan menyadari seluk-beluk atau dasar-dasar penyusunan

karya seni serta menjadi sensitif terhadap nilai-nilai estetikanya sehingga seorang apresiator mampu menilai dan menikmati karya seni dengan semestinya. Kemampuan mengamati dan menanggapi karya seni atau bentuk visual atau tekstual yang ada dalam karya seni, tidak hanya sekedar mencatat ciri-ciri objek, namun lebih dari itu, kesanggupan menemukan kandungan makna objek itu menjadi penting. Beberapa hal yang penting dalam mengapresiasi karya seni adalah sering mengamati, latar belakang informasi dan kondisi psikologi seorang apresiator pada saat mengamati karya seni.

Sedangkan menurut Dharsono (2007) apresiasi seni adalah proses sadar yang dilakukan seseorang dalam menghadapi dan mengenal suatu karya seni untuk menghargai serta mamahami makna yang terkandung di dalam karya seni tersebut. Apresiasi merupakan proses kreatif seseorang agar secara efektif mengerti nilai suatu karya seni sehingga memperoleh pengalaman estetik dari hasil pengamatannya (Feldman dalam Dharsono, 2007). Jadi dapat disimpulkan bahwa apresiasi seni merupakan penghargaan dan pemahaman makna oleh apresiator terhadap suatu karya seni guna memperoleh pengalaman estetik.

Tahapan apresiasi menurut Bustomo dalam Sukarya (2008) meliputi tahap mengamati, tahap menghayati dan tahap mengapresiasi. Tahap mengamati yaitu tahap melakukan observasi, meneliti dan menganalisa serta menilai karya seni sehingga terjadi tanggapan tentang karya seni tersebut. Tahap menghayati yaitu tahap mengadakan seleksi terhadap karya seni sehingga terjadi proses penyesuaian antara nilai yang terkandung dalam karya seni dengan hasil pengamatan. Tahap mengapresiasi dimana perasaan seseorang telah hanyut serta tergetar oleh karya seni dan apresiator merasakan apa yang dirasakan oleh pencipta karya seni.

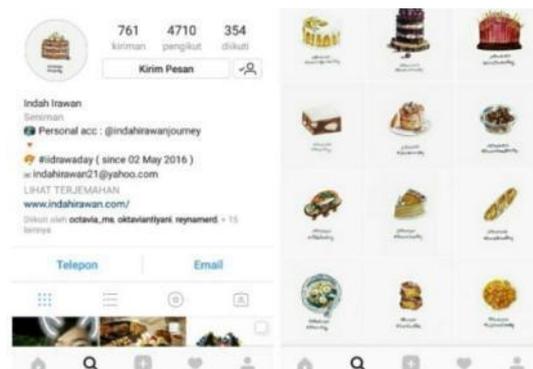
PEMBAHASAN

Penulis telah melakukan penyebaran angket terhadap 100 orang mahasiswa seni dan desain. Hasilnya menunjukkan bahwa 88 mahasiswa adalah pengguna aktif aplikasi instagram. 80 mahasiswa menggunakan instagram untuk mencari sumber inspirasi karya seni. 78 mahasiswa mengunggah karya

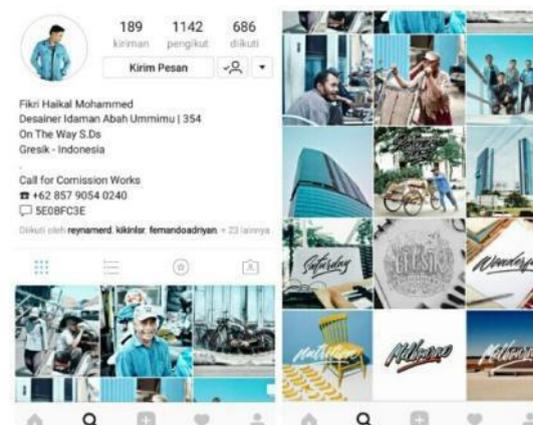
seni terbaik mereka untuk dinikmati org lain. Instagram telah menjadi sebuah fenomena. Instagram tidak hanya digunakan untuk *sharing* foto atau video yang bersifat pribadi tapi juga mengunggah karya seni dikalangan mahasiswa. Instagram telah dimanfaatkan sebagai ruang kreatif bagi mahasiswa seni dan desain.

Instagram sebagai ruang kreatif

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa instagram tidak hanya membagikan foto atau video yang bersifat pribadi. Instagram telah menjelma menjadi ruang kreatif dimana bertebaran karya-karya seni/ desain kreatif. Pengguna instagram berlomba-lomba dalam mengunggah karya-karya seni terbaik yang mereka miliki. Instagram adalah media bagi pengguna/ seniman/ desainer berbakat untuk memamerkan dan mengarsipkan karya seni mereka. Berikut ini beberapa akun instagram dari mahasiswa seni dan desain yang sering mengunggah karya yang mereka buat:



Gambar 3. Screenshot tampilan instagram mahasiswa seni dan desain dengan nama akun @indahirawan21



Gambar 4. Screenshot tampilan instagram mahasiswa seni dan desain dengan nama akun @haikalfrisk

Pada gambar 3 merupakan *screenshot* dari tampilan akun instagram mahasiswa seni dan desain yaitu @indahirawan21. Mahasiswa seni dan desain ini secara konsisten mengunggah karya-karya terbaiknya berupa karya ilustrasi *watercolor*. Pada gambar 4 merupakan *screenshot* dari tampilan akun instagram mahasiswa seni dan desain yaitu @haikalfrik. Mahasiswa seni dan desain ini juga sering mengunggah karya-karya terbaiknya berupa karya seni fotografi dan tipografi.

Instagram sebagai sumber inspirasi

Selain sebagai ruang kreatif dalam berkarya, instagram juga dapat dimanfaatkan sebagai sumber inspirasi. Banyak sekali karya-karya seni/ desain dari para seniman/ desainer yang bisa dijadikan referensi dalam menciptakan karya seni baru. Berikut ini adalah salah satu contoh tampilan akun instagram mahasiswa yang terinspirasi dari seniman idola.

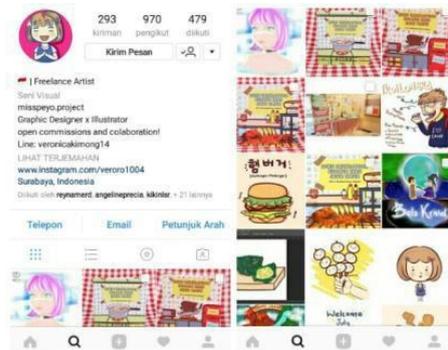


Gambar 5. Screenshot tampilan instagram toys photographer dengan nama akun @agamdadam

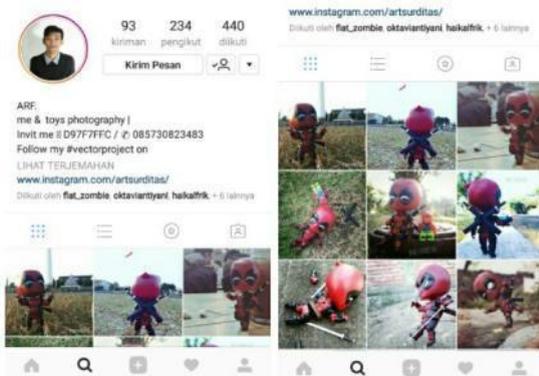
Pada gambar 5 adalah *screenshot* dari tampilan instagram seorang fotografer bernama Agam Radiansyah Sukmana (@agamdadam), dimana dalam akun instagramnya terdapat karya-karya foto dengan mainan atau *action figur* sebagai objeknya atau lebih sering dikenal dengan *toys photography*. Agam membuat mainan yang tak bernyawa atau benda mati menjadi seolah-olah hidup. Pada gambar 6 adalah *screenshot* tampilan instagram dari seorang mahasiswa seni dan desain @arifabsurd. Akun ini juga menampilkan *toys photography* yang terinspirasi dari idola (following) yaitu fotografer @agamdadam.

Instagram sebagai media berbisnis karya

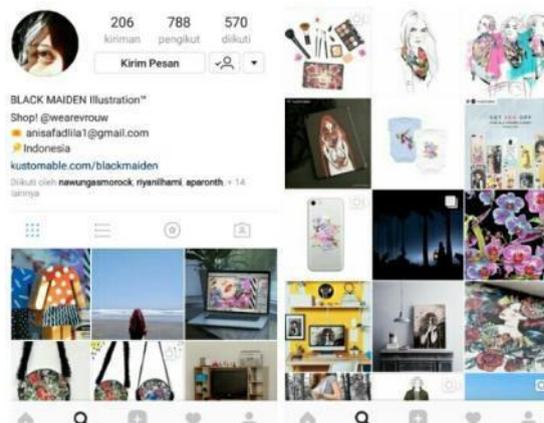
Instagram bermfaat pula dalam bidang bisnis, dimana pengguna dapat menawarkan barang dan jasa mereka. Seniman atau desainer juga bisa menawarkan karyanya atau jasanya melalui aplikasi ini. berikut ini adalah beberapa contoh akun pengguna instagram yang menawarkan karya seni dan jasa pembuatan karya seni/ desain:



Gambar 7. Screenshot tampilan instagram desainer dengan nama akun @verero_illust



Gambar 6. Screenshot tampilan instagram mahasiswa seni dan desain dengan nama akun @arifabsurd

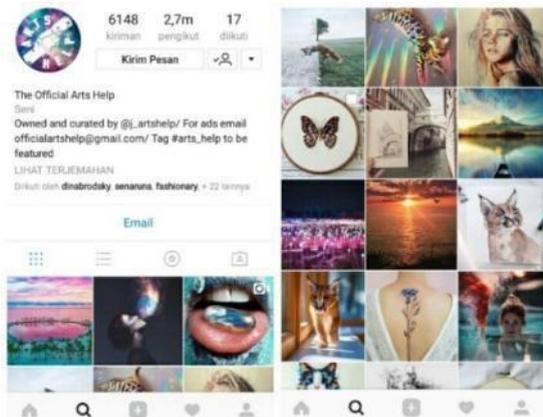


Gambar 8. Screenshot tampilan instagram desainer dengan nama akun @annisafadlila

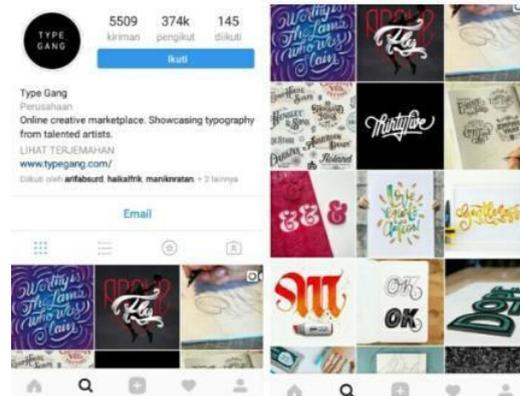
Pada gambar 7 adalah *screenshot* tampilan instagram dari mahasiswa sekaligus desainer dengan nama akun @veroro_illustr. Akun ini menerima jasa pembuatan dan pemesanan desain grafis seperti logo maupun gambar ilustrasi digital. Pada gambar 8 adalah *screenshot* tampilan instagram desainer dengan nama akun @annisafadlila, dalam akunnya banyak menjual karya ilustrasi yang telah diaplikasikan ke dalam desain tas, baju/kaos, *scraft* dan *phone case*. Desainer ini juga memiliki online shop bernama VROW dengan akun @wearevrow.

Instagram sebagai sarana apresiasi

Pengguna instagram juga dapat melihat berbagai karya seni dari akun-akun yang membagikan kembali atau *me-repost* karya seni milik orang lain. Bahkan pengguna juga dapat melihat karya seni dari akun instagram senimannya secara langsung dan mengikutinya (*mem-follow*). Pengguna tidak hanya bisa melihat, namun juga bisa memberi apresiasi kepada pembuat karya/ seniman/ desainer dalam bentuk *like* atau meninggalkan pesan pada kolom komentar. Di bawah ini adalah beberapa akun yang paling banyak diikuti oleh mahasiswa seni dan desain:



Gambar 9. Screenshot tampilan instagram dengan nama akun @artshelp



Gambar 10. Screenshot tampilan instagram dengan nama akun @type.gang

Pada gambar 9 merupakan *screenshot* tampilan instagram dengan nama akun @artshelp. Layaknya sebuah galeri seni, akun ini membagikan kembali (*me-repost*) berbagai macam jenis karya seni dari para seniman/ desainer berbakat. Karya-karya yang telah dibagikan oleh akun ini meliputi karya sketsa, ilustrasi, *watercolor*, video, fotografi, desain, dan lain-lain. Pada gambar 10 merupakan *screenshot* tampilan instagram dengan nama akun @typo.gang. Berbeda dengan akun @arts.help yang membagikan kembali berbagai jenis karya seni, akun ini hanya membagikan karya seni khusus tipografi dari para seniman berbakat. Selain dua akun di atas masih banyak akun-akun instagram yang banyak diikuti (*di-follow*) oleh mahasiswa seni dan desain seperti @dailyart, @graphic.gang, @artbasel, @logoinspirations. Beberapa akun seniman/ desainer/ fotografer yang juga banyak diikuti oleh mahasiswa seni dan desain seperti @riomotret, @zhocomicart, @kimjunggius, @dickyabais, @rossdraws.

KESIMPULAN

Media sosial telah memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan berbagi informasi. Instagram adalah salah satu media sosial yang sedang tren dan digandrungi oleh berbagai kalangan saat ini. Instagram tidak hanya digunakan sebagai aplikasi berbagi foto atau video yang sifatnya pribadi. Instagram telah menjelma dan dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai ruang kreatif. Pengguna instagram berlomba-lomba mengunggah dan membagikan karya seni terbaik milik mereka. Instagram menjadi tempat mencari sumber-sumber inspirasi dan referensi dari para pelaku

dunia kreatif dalam menciptakan karya seni baru. Pengguna juga dapat saling mengapresiasi karya orang lain dengan mengikutinya, memberi *like* atau meninggalkan pesan pada kolom komentar. Pengguna instagram juga memanfaatkan aplikasi media sosial ini untuk menawarkan karya seni mereka atau menawarkan jasa pembuatan karya seni/ desain.

Teknologi memang berkembang pesat, seiring perkembangan teknologi tentu memiliki dampak bagi masyarakat baik dampak positif maupun dampak negatif. Penyebaran berita bohong atau hoax, penipuan, fitnah, ujaran kebencian dan berbagai *cybercrime* lain adalah contoh bentuk dari dampak negatif perkembangan teknologi terutama media sosial. Sebagai pengguna media sosial yang berpendidikan tentu harus memanfaatkan media sosial dengan bijaksana yaitu dengan kegiatan positif seperti berlomba-lomba dalam berkarya seni kreatif dan hal-hal produktif seperti berbisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. & Asrori, M. 2006. *Psikologi Remaja, Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Castillo, Michele. 2017. *Instagram reaches 700 million users at its fastest-ever growth rate*. <https://www.cnn.com/2017/04/26/instagram-has-700-million-users.html>. Diakses pada tanggal 7 september 2017.
- Dharsono. 2007. *Estetika*. Bandung: Rekayasa Sains Bandung.
- Princes, Heflin. 2004. *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Darusalam
- Kaplan, Andreas M & Haenlein, Michael. 2010. *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. France: Business Horizons.
- Mayfield, Antony. 2008. *What is social media?*. <http://www.icrossing.com/uk/sit> [es/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media%20iCrossing_ebook.pdf](http://www.icrossing.com/uk/sit) (e-book) Diakses pada tanggal 7 september 2017.
- Munandar, Utami. 2009. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rachmawati Yeni & Euis Kurniati. 2005. *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak Usia Taman Kanak-Kanak*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Rowe, Alan J. 2004. *Creative Intelligence: Membangkitkan Potensi Inovasi Dalam Diri dan Organisasi Anda*. Ter. Sita Astari. 2005. Bandung: Penerbit Kaifa.
- Santrock, J. W. 2007. *Perkembangan anak*. Jakarta: Erlangga
- Setyaningsih, Lilis. 2017. *Warga Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Capai 45 Juta Terbesar di Asia Pasifik*. <http://wartakota.tribunnews.com/2017/07/26/warga-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-45-juta-terbesar-di-asia-pasifik?page=3>. Diakses pada tanggal 8 september 2017.
- Sukarya, Zakarias, dkk. 2008 *Pendidikan Seni*. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi. Departemen Pendidikan Nasional.
- Susanto, Mieke. 2011. *Diksi Rupa*. Yogyakarta: DictiArt Lab.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2015/01/15/buku-media-sosial-kementerian-perdagangan-id0-1421300830.pdf>. (e-book) Diakses pada tanggal 7 September 2017.
- Wikipedia. 2017. *Instagram*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Diakses pada tanggal 7 september 2017.
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. O'Reilly Media: Canada.