

## **INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA UNTUK MENUMBUHKAN RESPON APRESIATIF KARYA SENI RUPA PADA GENERASI “MILENIAL Z”**

### ***INSTAGRAM AS A MEDIA TO GROW THE APRECIATIVE RESPONSE OF THE FINE ART WORK IN THE “MILLENNIAL Z GENERATION”***

Oleh: Amizela Eka Arfian, 14206241042, Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta, aeacgs@gmail.com

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan respon apresiatif oleh generasi milenial Z yang terjadi di media sosial Instagram. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah generasi milenial Z sebagai pengguna media sosial Instagram. Data penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuisioner. Analisis data dilakukan dengan metode pengumpulan data, penyajian data, reduksi data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan (1) Respon apresiatif generasi milenial Z terhadap karya konten kreator di media sosial Instagram terlihat pada sebuah proses sadar yang dilakukan generasi milenial Z dalam menghadapi, memahami dan memaknai sebuah konten karya seni di media sosial Instagram. (2) Dengan terjadinya fenomena media sosial Instagram sebagai *art market* mempengaruhi respon generasi milenial Z dalam menanggapi konten karya seni yang dimuat dalam media sosial Instagram, tercermin dari cara menghadapi dan memahami karya seni, membentuk pola berfikir dalam melihat nilai suatu karya seni dan mendapatkan pengalaman estetik.

**Kata kunci:** Media sosial, apresiasi, generasi milenial Z

#### **Abstract**

*This research aimed to describe appreciative response of millennial Z generation that happened on Instagram as a social media. This research using qualitative descriptive methods. Subject of this research is millennial Z generation as a user of Instagram social media. The data of this research were obtained through observation, interview, and questionnaire. Data analysis is done by data collection methods, data presentation, data reduction, and taking conclusion. The results of the research show (1) appreciative response of millennial Z generation towards the creator's artwork content on Instagram seen on a conscious process carried out by the millennial Z generation in facing, understanding and interpreting the content of artwork on Instagram. (2) With the phenomenon that happened on Instagram as an art market influencing the response of the millennial Z generation in responding to the content of artwork published on Instagram, reflected in how to deal with and understanding artwork, forming patterns of thinking in seeing the value of an artwork and gaining aesthetic experience.*

*Keywords: Social media, appreciative, millennial Z generation*

## PENDAHULUAN

Karya seni merupakan sebuah hasil dari pemikiran manusia yang didapat melalui sebuah proses pencarian ide konseptual dan sampai proses eksekusi. Tidak jarang ditemui seorang kreator yang menemukan jalan buntu ketika melakukan proses pencarian ide tersebut, sehingga kreator tersebut harus melakukan analisa lebih panjang untuk mendapatkan hasil eksekusi yang terbaik.

Namun proses seorang kreator yang sangat rumit ini belum bisa mengubah perspektif tentang seorang pekerja seni. Seorang pekerja seni sampai saat ini masih dipandang sebagai profesi yang enteng dan tidak memiliki masa depan yang cerah. Tentunya hal tersebut didasari dari cerminan sikap masyarakat dalam menghargai sebuah karya seni. Masih banyak dijumpai pelanggaran yang terjadi baik berupa penjiplakan, peniruan, maupun pembajakan.

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi memudahkan khalayak umum untuk mengakses informasi tanpa batas. Globalisasi juga melahirkan sebuah generasi digital yang menjadikan *gadget* menjadikan kebutuhan utama. Di kalangan remaja saat ini sudah tak asing lagi dengan jejaring sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Path, dan lain sebagainya dimana mereka bisa berinteraksi dengan orang lain dan bahkan menjadi sebuah trend gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dalam kesehariannya. Namun para remaja belum sepenuhnya bisa memilah aktivitas di

internet yang bermanfaat dan cenderung mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial.

Menurut Daradjat (1982: 16), dengan semakin merosotnya moral para pelajar menjadi salah satu akibat dari pesatnya perkembangan teknologi yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas budi pekerti pelajar, padahal perkembangan teknologi memang sangat dibutuhkan bangsa ini untuk dapat terus bersaing di era globalisasi.

## METODE PENELITIAN

### Jenis penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan Instagram sebagai media untuk menumbuhkan respon apresiatif karya seni rupa pada generasi milenial Z

Menurut Sugiyono (2014: 8) penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian di bidang antropologi budaya, disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

### Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah generasi milenial Z yang menjadi follower akun yang memiliki konten seni di Instagram. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah proses interaksi dan sikap apresiatif yang terjadi terhadap konten seni di Instagram.

## **Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan**

### **Data**

Dalam penelitian data-data yang dikumpulkan bersumber dari data tertulis maupun data visual.

Data dikumpulkan dengan cara melakukan observasi, wawancara dan kuesioner. Instrumen utama penelitian ini adalah peneliti sendiri, sebagai alat pencari data sekaligus penganalisisnya. Sesuai dengan metode yang digunakan dalam pengumpulan data maka alat-alat yang digunakan meliputi Perekam suara digunakan untuk menjaga agar tidak ada data yang hilang atau dilupakan oleh peneliti selama wawancara, *smartphone* untuk melakukan observasi lapangan dan analisa data angket.

### **Validasi Data**

Dalam penelitian ini uji keabsahan data dilaksanakan selama proses penelitian berlangsung yaitu selama proses pencarian data. Dalam penelitian ini menerapkan Triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data. Menurut Wiliam dalam Sugiyono (2014: 273) Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Pada penelitian ini menerapkan Triangulasi Teknik, dimana hasil penelitian berupa data wawancara, observasi dan kuesioner akan dipastikan kredibilitasnya.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

## **A.HASIL**

### **1. Aktivitas Generasi Milenial Z Di Media Sosial Instagram**

Berdasarkan data yang di rilis oleh Sekretaris Jenderal Henri Kasyfi dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui artikel website resmi APJII edisi 22 Maret 2018 dari 143,26 juta orang pengguna internet di Indonesia, 49,52 % penggunaannya adalah golongan orang muda. Pengguna tersebut berdasarkan usia 13-18 tahun sebanyak 16,68% dan usia 19-34% sebanyak 49,52%, artinya pengguna internet didominasi oleh para remaja dan persentase penggunaan didapatkan sebesar 87,13% untuk mengakses media sosial salah satunya adalah media sosial Instagram

Tidak hanya sebatas tempat mengunggah foto maupun video saja, Instagram juga menjadi salah satu target dalam mengembangkan media bisnis berlabel *olshop* (*online shop*) dengan memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan produk. Selain itu media sosial ini juga melahirkan selebriti

### **2. Instensitas Penggunaan Media Sosial Instagram**

#### **a. Durasi Penggunaan Media Sosial Instagram**

Pengertian durasi adalah sebuah rentang waktu atau lamanya suatu hal atau suatu peristiwa yang berlangsung, hal ini biasanya dikaitkan dengan gelaran sebuah acara.

Tabel 1. Persentase Durasi Penggunaan Media Sosial Instagram

Jangka waktu	Jumlah Responden	Persentase
< / = 1 Tahun	1 Responden	1%
2 Tahun	9 Responden	9%
3 Tahun	23 Responden	24%
4 Tahun	65 Responden	66%

#### b. Frekuensi Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Intensitas adalah suatu istilah yang banyak digunakan untuk merujuk ke penggunaan harian. Tingkatan penggunaan ini juga dapat makna sebagai frekuensi.

Tabel 2. Persentase Intensitas Penggunaan Instagram

Intensitas	Jumlah Responden	Persentase
Setiap Hari	75 Responden	77%
1-2 Kali dalam satu minggu	5 Responden	5%
2-3 Kali dalam satu minggu	1 Responden	1%
3-4 Kali dalam satu minggu	4 Responden	4%
4-5 Kali dalam satu minggu	1 Responden	1%
5-6 Kali dalam satu minggu	12 Responden	12%

#### c. Aktivitas dalam Penggunaan Media Sosial Instagram

Aktivitas yang ditunjukkan dalam mengakses media sosial Instagram yang dimaksud adalah seberapa besar fokus atau perhatian yang diberikan ketika mengakses media sosial Instagram.

Tabel 3. Persentase Aktivitas dalam Penggunaan Media Sosial Instagram

Aktivitas yang Dilakukan	Jumlah Responden	Persentase
Mengunggah konten	6 Responden	6%
Melihat kabar yang sedang trending	54 Responden	55%
Berinteraksi dengan teman	7 Responden	7%
Mencari referensi visual	28 Responden	29%
Lain-lain	3 Responden	3%

#### 3. Gambaran Aktivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Kaitannya dengan Kreativitas atau Kesenian

Aktivitas penggunaan media sosial Instagram dalam penelitian ini terfokus pada konteks aktivitas kreativitas dan kesenian, dimana di dalam aktivitas dalam penggunaan media sosial Instagram selalu berkaitan dengan konteks kesenian.

Tabel 4. Persentase Aktivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Kaitannya dengan Kreativitas atau Kesenian

	Jumlah Responden	Persentase
Ya	79 Responden	81%
Mungkin	13 Responden	13%
Tidak	6 Responden	6%

#### 4. Alasan Mengikuti Akun yang Memuat Konten Seni

Dengan tingginya persentase generasi milenial Z dalam aktivitas penggunaan media sosial Instagram dimana mereka sebagai follower akun-akun yang mengunggah konten seni tentunya terdapat penyebab ketertarikan generasi milenial Z terhadap akun-akun tersebut

Tabel 5. Persentase Kriteria Alasan Ketertarikan Mengikuti Akun-Akun yang Berkaitan dengan Konten Kreativitas dan Seni

Alasan Mengikuti	Jumlah Responden	Persentase
Menambah wawasan	21 Responden	21%
Mencari Inspirasi	35 Responden	36%
Menarik	31 Responden	32%
Sarana membangun komunitas	3 Responden	3%
Share dakwah	1 Responden	1%
Tidak ada alasan	5 Responden	5%
Tidak menjawab	2 Responden	2%

#### 5. Pengaruh yang Didapatkan Dari Konten Kreativitas dan Seni

Kecenderungan Generasi Milenial Z dalam menggunakan media sosial tentunya berbuah pada pengaruh yang didapatkan dari konten konten yang ditampilkan.

Tabel 6 Persentase Kriteria Pengaruh yang Didapatkan Dari Konten Kreativitas dan Seni

Pengaruh yang Didapat	Jumlah Responden	Persentase
Mendapatkan inspirasi	41 Responden	42%
Menambah pengetahuan	26 Responden	27%
Semangat untuk berkarya	14 Responden	14%
Terhibur	6 Responden	6%
Dapat melihat jadwal event	1 Responden	1%
Inspirasi <i>fashion</i>	1 Responden	1%
Keinginan untuk membeli	1 Responden	1%
Menstimulasi otak	2 Responden	2%
Menumbuhkan sikap nasionalis	1 Responden	1%
Kagum	1 Responden	1%
Tidak berpengaruh	3 Responden	3%
Tidak menjawab	1 Responden	1%

#### 6. Gerakan Aksi Nyata Yang Akan Dilakukan Setelah Melihat Konten Yang Berkaitan Dengan Kreativitas Atau Kesenian

Pengaruh yang didapatkan dari konten kreativitas dan seni tentunya akan

membuahkan gerakan aksi nyata pada Generasi Milenial Z.

Tabel 7. Persentase Kriteria Gerakan Aksi Nyata Yang akan Dilakukan Setelah Melihat Konten yang Berkaitan dengan Kreativitas

Gerakan Aksi Nyata yang Dilakukan	Jumlah Responden	Persentase
Berkarya	49 Responden	50%
<i>Screenshot</i>	1 Responden	1%
Datang ke pameran	4 Responden	4%
Membuat hal kreatif	5 Responden	5%
Mengapresiasi	16 Responden	17%
Meniru	5 Responden	5%
Tidur	1 Responden	1%
Mengikuti akun lain yang berkaitan	1 Responden	1%
Mencoba menawarkan produk seni	2 Responden	2%
Dakwah dengan media seni	1 Responden	1%
Olahraga	1 Responden	1%
Memberi stimulus dalam pekerjaan	1 Responden	1%
Tidak tahu	10 Responden	10%
Tidak menjawab	1 Responden	1%

atau Kesenian

#### 7. Tanggapan Mengenai Konten Kreator / Seniman yang Menggunakan Media Sosial Instagram untuk Memperlihatkan Karyanya

Dengan berkembangnya era digital, Media Sosial khususnya Instagram menjadi primadona kalangan Generasi Milenial Z, tentunya dengan banyaknya pengguna media sosial tersebut banyak kreator ataupun seniman memanfaatkan Media Sosial Instagram sebagai tempat mereka memperlihatkan karyanya sebagai ajang pameran baik individu maupun kelompok berbasis digital. Dengan munculnya fenomena ini tentunya mendapatkan tanggapan yang beragam.

Tabel 8. Persentase Kriteria Tanggapan Mengenai Konten Kreator / Seniman yang Menggunakan Media Sosial Instagram untuk Memperlihatkan Karyanya

Tanggapan yang Diberikan	Jumlah Responden	Persentase
Bagus dan mendukungnya	70 Responden	72%
Bentuk ajang pameran online	10 Responden	10%
Khawatir akan plagiarisme	4 Responden	4%
Pamer	1 Responden	1%
Sayang kuota	1 Responden	1%
Tidak setuju	2 Responden	2%
Meragukan	1 Responden	1%
Tidak menjawab	9 Responden	9%

#### 8. Tanggapan Mengenai Repost / Mengunggah Karya maupun Konten Orang Lain Tidak dengan Izin Pemilik, Tanpa Mencantumkan Sumber dan Deskripsi yang Lengkap

Mengunggah kembali atau biasa disebut dengan istilah *repost* merupakan hal yang mudah ditemui ketika mengakses media sosial Instagram, hal tersebut wajar ditemui dalam akun-akun *online shop* maupun akun-akun penyedia informasi, namun berbeda ketika kegiatan mengunggah kembali dilakukan pada karya maupun konten orang lain tanpa seizin pemilik dan tanpa mencantumkan sumber dan deskripsi yang lengkap.

Tanggapan yang Diberikan	Jumlah Responden	Persentase
Tidak baik / tidak menghargai	28 Responden	29%
Menyarankan meminta izin	8 Responden	8%
Jijik / sampah	4 Responden	4%
Bakar! Itu hak kekayaan intelektual	2 Responden	2%
Melanggar Undang-undang	10 Responden	10%
Mungkin belum tau	1 Responden	1%
Berkesan numpang tenar	4 Responden	4%
Tergantung maksud dan tujuan	4 Responden	4%
Pencurian karya	15 Responden	16%
Mengacaukan identitas karya	2 Responden	2%
Harus dipidana dan ditindak lanjut	6 Responden	6%
Merugikan pemilik karya	7 Responden	7%
Tidak masalah	3 Responden	3%
Tidak menjawab	4 Responden	4%

Tabel 9. Persentase Kriteria Tanggapan Mengenai Repost / Mengunggah Karya maupun Konten Orang Lain Tidak dengan Izin Pemilik, Tanpa Mencantumkan Sumber dan Deskripsi yang Lengkap

#### 9. Respon dari Generasi Milenial Z setelah Melihat Berbagai Konten Karya yang dimuat di Media Sosial terkait Motivasi Menjadi Kreator / Seniman

Penggunaan media sosial Instagram dalam kehidupan keseharian Generasi Milenial Z dengan konten-konten kreativitas dan karya seni tentunya akan

memberikan pengaruh terkait motivasi untuk menjadi seorang kreator / seniman.

Tabel 10. Persentase Respon dari Generasi Milenial Z setelah Melihat Berbagai Konten Karya yang dimuat di Media Sosial terkait Motivasi Menjadi Kreator / Seniman

## B. PEMBAHASAN

### 1. Media Sosial Instagram dalam Perannya pada Bidang Karya Seni

Perkembangan teknologi informasi semakin mempengaruhi pola hidup manusia. Salah satu yang paling banyak digandrungi terutama pada Generasi Milenial Z adalah media sosial. Media sosial dihadirkan untuk mempermudah komunikasi dan meningkatkan efektivitas dalam berbagai kegiatan, dengan pertumbuhan teknologi internet dan mobile phone semakin maju maka pertumbuhan media sosial pun semakin berkembang

Media sosial Instagram merupakan platform gratis yang muncul dengan karakter yang kuat berupa media berbagi gambar/foto yang disertai caption dan video pendek. Pengguna media Instagram dapat melihat, mengomentari, dan menyukai kiriman yang dibagikan di Instagram. Pertumbuhan media ini tentunya sangat berpengaruh dengan sikap apresiatif penggunanya. Dalam pedomannya, media sosial Instagram sebagai tempat yang autentik dan aman

untuk menyalurkan inspirasi dan ekspresi. Instagram menjadi cermin keragaman komunitas budaya, usia, dan keyakinan penggunanya dengan berbagai batasan dan

	Jumlah Responden	Persentase
Termotivasi	74	76%
Tidak tertarik	24	24%

pertimbangan dari beragam sudut untuk menciptakan lingkungan yang aman dan terbuka untuk semua penggunanya.

Dengan adanya perlindungan bagi penggunanya maka akan terjadi fenomena baru Instagram sebagai media sosial mempengaruhi dunia seni didukung dengan perkembangan penjualan berbasis online serta branding untuk penggunanya. Pengguna yang menikmati karya-karya seni yang dimuat akan cenderung lebih percaya dan tertarik dengan apa yang dilihatnya dan dari apa yang didengar dari komentar orang lain. Tidak menutup kemungkinan media sosial Instagram akan semakin berkembang sebagai media promosi karya seni dan membangun komunitas seni yang solid

### 2. Aktivitas Generasi Milenial Z di Media Sosial Instagram

Generasi milenial Z menjadi generasi dimana dalam hidupnya mereka selalu bersinggungan dengan penggunaan teknologi dan berbaur dengan berbagai budaya. Kehidupannya tidak dapat

dilepaskan dari teknologi terutama internet. Pada era modern ini menjadi sebuah kewajiban bagi generasi milenial Z untuk memiliki sebuah akun Instagram, baik untuk kepentingan pribadi, komunitas maupun keperluan usaha. Memberikan pengaruh besar dalam pembentukan pola pikir dan gaya hidup bagi generasi muda saat ini.

Instagram merupakan media yang membagikan konten visual sehingga penggunaannya dapat dengan mudah menggunakan dan menikmati konten-konten di media sosial Instagram. Media sosial Instagram juga menjadi sebuah terobosan baru dalam metode penyampaian informasi. Media sosial Instagram juga menjadi sebuah wadah bagi penggunaannya sebagai tempat untuk menyampaikan aspirasi, saran, gagasan serta ide-ide yang dapat diungkapkan dalam bentuk konten visual, maupun dalam bentuk komentar. Kemudahan serta berbagai manfaat tentunya menjadikan media sosial Instagram menjadi media sosial yang digemari penggunaannya.

### 3. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Berdasarkan hasil observasi dan angket yang disebar oleh peneliti, didapat data bahwa durasi generasi milenial Z dalam penggunaan media sosial Instagram dikatakan tinggi dengan tujuan utama

sebagai media *entertain* atau hiburan untuk menghilangkan kejenuhan.

Hal tersebut diperkuat melalui hasil kuisisioner yang menunjukkan bahwa durasi penggunaan Instagram pada generasi Milenial Z dari total 98 responden sebanyak 66.3% sudah lebih dari 3 tahun menggunakan media sosial Instagram.

Durasi penggunaan tersebut tentunya membuktikan bahwa media sosial Instagram sudah menjadi sebuah kebutuhan yang selalu digunakan oleh generasi milenial Z mengingat bahwa media tersebut berperan mengifisienkan waktu komunikasi dan kemudahan dalam penyebaran informasi.

Sebagai generasi yang tidak dapat dilepaskan dari teknologi terlihat mereka sangat membutuhkan media sosial Instagram dalam kesehariannya, hal tersebut diperkuat melalui hasil kuisisioner yang menunjukkan bahwa dari total 98 responden generasi Milenial Z sebanyak 76.5% menyatakan menggunakan media sosial Instagram setiap hari dalam satu minggu.

### 4. Gambaran Aktivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Kaitannya dengan Kreativitas atau Kesenian

Aktivitas generasi milenial Z dalam penggunaan media sosial Instagram dalam penelitian ini terfokus pada konteks aktivitas kreativitas dan kesenian, dimana di dalam

aktivitas dalam penggunaan media sosial Instagram selalu berkaitan dengan konteks kesenian. Banyaknya faktor pendukung media sosial Instagram sebagai bentuk galeri seni berbasis online tentunya membuahkan tingginya ketertarikan generasi milenial Z ikut berperan baik sebagai kreator maupun sebagai penikmat konten karya seni online tersebut, khususnya bagi para pelaku seni atau seniman tentu media sosial Instagram memberikan peranan yang penting untuk menyalurkan informasi mengenai hasil karyanya secara cepat dan mudah.

Kemudahan dalam proses memasang aplikasi, pros pendaftaran, dan proses penggunaannya menjadikan proses pencapaian penyebaran informasi dan karya seni visual menjadi sangat mudah dilakukan oleh kreator-kreatornya, dengan kata lain media sosial Instagram menjadi tempat untuk "jual diri" dimana pengguna menjadikan dirinya sendiri sebagai objek karya dan konten yang disajikan dan dinikmati oleh pengikutnya serta sebagai tempat untuk menjual karya karya visualnya. hal tersebut juga didukung dengan adanya data dari angket, bahwa didapat dari 98 respondengenerasi milenial Z menunjukkan sebanyak 80.6% mengikuti akun-akun kreativitas maupun kesenian di media sosial Instagram. Tingkat ketertarikan

generasi milenial Z dalam bidang kreativitas cenderung tinggi. Dengan begitu dapat dikatakan media sosial Instagram mampu mewadahi penggunanya dalam mengekspresikan dan melakukan aktivitas kesenian dan menjadi sebuah galeri seni berbasis media sosial online.

Tingginya persentase generasi milenial Z dalam mengikuti akun-akun kreativitas tentunya terdapat alasan yang membuahkan generasi milenial Z tertarik untuk mengikuti akun tersebut. Berdasarkan hasil kuesioner yang peneliti sebar, terkumpul berbagai alasan ketertarikan mengikuti akun-aku kreatif maupun kesenian yaitu: untuk menambah wawasan, mencari inspirasi, menarik, sarana membangun komunitas, share dakwah, tidak ada alasan, dan beberapa responden tidak memberikan jawaban. Dari 98 orang responden didapatkan bahwa mencari inspirasi menjadi alasan terbanyak untuk mengikuti konten dari akun-akun kreatif ataupun kesenian. Dengan mengikuti akun-akun kreativitas dan kesenian maka mereka akan mendapat rangsangan untuk mendapatkan ide dan gagasan baru

Pengaruh yang didapatkan dari konten kreativitas dan seni tentunya akan membuahkan gerakan aksi nyata pada Generasi Milenial Z. Movement atau

gerakan aksi nyata yang dilakukan oleh Generasi Milenial Z setelah mendapatkan pengaruh dari konten-konten kreativitas di media sosial sangat beragam, mayoritas dari generasi milenial menyatakan dengan didapatnya inspirasi baru tentunya akan mendorong keinginan seseorang untuk menerapkan gagasan baru yang didapatnya dengan berkarya, didukung dengan data yang didapat bahwa dari 98 orang responden didapatkan bahwa berkarya menjadi gerakan aksi nyata yang dilakukan Generasi Milenial Z terbanyak setelah mendapat pengaruh dari konten akun-akun kreativitas ataupun kesenian.

#### 5. Tanggapan Mengenai Konten Kreator / Seniman yang Menggunakan Media Sosial Instagram untuk Memperlihatkan Karyanya

Fenomena baru munculnya sebuah pola hidup generasi milenial dengan menunjukkan jati diri melalui media sosial Instagram juga berimbas kepada terbentuknya *art market* sebuah tatanan pandangan terkait portofolio seniman serta karyanya dan ajang pameran berbasis *online*. Munculnya fenomena baru dimana media sosial menjadi sebuah lahan *art market* tentunya mendapatkan tanggapan yang beragam. Dari 98 orang responden didapatkan data bahwa Generasi Milenial Z menanggapi dengan bagus dan mendukung

konten kreator / seniman menggunakan Media Sosial Instagram untuk memperlihatkan karyanya. Dengan terjadinya sebuah lahan *art market* membuktikan bahwa media sosial Instagram mampu mawadahi sebuah tatanan dan pola kebutuhan seni bagi kalangan generasi milenialZ.

#### 6. Pembajakan Karya Seni di Media Sosial

Istilah “Tangan lebih cepat dari otak” tepat digunakan dengan fenomena yang terjadi saat ini, banyak dari pengguna media sosial Instagram melakukan tindakan yang tidak semestinya dengan mengunggah kembali tanpa izin, tidak mencantumkan identitas pemilik, dan asal-asalan dalam menyebarkan informasi tanpa menyaring kebenaran informasi yang didapatkan serta menyebabkan perpecahan. Namun disisi lain pengunggahan kembali dan penyebaran informasi di media sosial Instagram dapat menguntungkan kreator apabila dilakukan dengan prosedur yang benar. Fenomena pembajakan tentunya memancing reaksi kreator dan pengguna media sosial Instagram. Dari data yang didapat peneliti melalui angket yang disebar, didapatkan berbagai reaksi dan tanggapan dari Generasi Milenial Z mengenai repost tanpa izin pemilik dan tidak mencantumkan sumber dan deskripsi secara jelas. Tanggapan tidak

baik dengan alasan tidak menghargai karya dan senimannya menjadi jawaban yang mendominasi. Hal tersebut membuktikan bahwa pengguna media sosial Instagram sangat tidak setuju dengan fenomena pembajakan karya.

#### 7. Ketertarikan Generasi Milenial Z Untuk Menjadi Konten Kreator atau Seniman

Generasi milenial Z merupakan generasi muda dengan segudang potensi yang dimiliki, mereka tercipta menjadi pionir atau penggerak sebuah perkembangan, banyak dari generasi milenial Z bekerja sesuai dengan passion, entah menjadi seorang fotografer, chef, sineas atau seniman digital. Sifat generasi milenial Z yang selalu ingin menjadi yang terdepan. Tentunya dengan fenomena art market yang terjadi di media sosial Instagram akan direspon dengan baik oleh generasi milenial Z, mereka terdorong untuk menjadi seorang konten kreator, digital entrepreneur, dan memanfaatkan media sosial sebagai lapangan pekerjaan yang menguntungkan.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **Simpulan**

1. Peranan media sosial Instagram sebagai media untuk menumbuhkan respon apresiatif terhadap karya seni pada generasi milenial Z. Respon apresiatif generasi

milenial Z terhadap karya yang dimuat oleh konten kreator di media sosial Instagram terlihat pada sebuah proses sadar yang dilakukan generasi milenial Z dalam menghadapi, memahami dan memaknai sebuah konten karya seni di media sosial Instagram.

2. Respon timbal balik generasi milenial Z dalam menanggapi konten karya seni yang dimuat dalam media sosial Instagram. Dengan terjadinya fenomena media sosial Instagram sebagai art market mempengaruhi respon generasi milenial Z dalam menanggapi konten karya seni yang dimuat dalam media sosial Instagram, tercermin dari cara menghadapi dan memahami karya seni, membentuk pola berfikir dalam melihat nilai suatu karya seni dan mendapatkan pengalaman estetik.

#### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh melalui analisis sikap apresiasi generasi milenial Z di media sosial Instagram, maka dapat ditarik saran bahwa media sosial Instagram tidak hanya sebatas platform untuk ajang memamerkan karya namun menjadi sebuah wadah untuk menampung ide dan inspirasi visual penggunanya sebagai bentuk kebebasan demokrasi, sebuah platform yang memudahkan

penggunanya dalam menyampaikan saran aspirasi gagasan dan ide ide yang bisa diberikan melalui konten visual.

1. Kesadaran pengguna dalam setiap aktivitas menggunakan media sosial Instagram

Perlu kesadaran bagi pengguna media sosial Instagram untuk mempertanggungjawabkan peranannya dalam menggunakan media sosial Instagram, baik melalui konten yang diunggahnya, penyebaran informasi, pengunggahan kembali yang akan diperlihatkan ke hadapan publik dengan penuh kesadaran, sehingga media sosial Instagram menjadi media sosial yang bersih dari segala bentuk pelanggaran dan menjadi media edukasi yang efektif dan efisien.

2. Memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media komunikasi yang efektif dan efisien

Masa dimana pesatnya perkembangan era komunikasi dan informasi ini diharapkan menjadi sebuah peluang kesadaran bagi masyarakat bahwa media sosial Instagram sedikit banyak memiliki andil baik secara sosial dan komersial di tengah masyarakat Indonesia dan memunculkan kesadaran bahwa media sosial Instagram juga merupakan bagian dari dunia seni rupa yang tidak dapat dipandang

sebelah mata. Media sosial Instagram dapat menjadi media yang efektif dan efisien untuk mengkomunikasikan pesan secara visual dan verbal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darajat, Zakiah. (1982). *Pendidikan Agama Dalam Pembinaan Mental*, Jakarta: Bulan Bintang
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Kasyfi, H. (2008). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. Diakses tanggal 29 Agustus 2018 dari <https://apjii.or.id/content/read/104/348/BULETIN-APJII-EDISI-22---Maret-2018>