

**ARTISTS ON INSTAGRAM:  
KAJIAN BUDAYA POPULAR LIFESTYLE TERHADAP FENOMENA EMBARGO  
MANDIRI SENIMAN URBAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**DESSY RACHMA WARYANTI**

Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta

**Abstrak:** Kebutuhan untuk memiliki makna dalam masyarakat di era informatika ini adalah terbitnya keinginan untuk diakui dalam media virtual. Semakin diakui dalam dunia virtual terlepas dari apa yang nyata dalam dunia sadar manusia dianggap semakin populer dan menjadi pusat sorotan. Seniman dapat menciptakan pergerakan mereka sendiri dalam kancah embargo mandiri. Tanpa biaya dan tanpa ramah tamah dalam galeri, setiap seniman otodidak maupun profesional dapat memiliki pengakuan dan penggemar sendiri-sendiri. Hal ini merobohkan konsep batas antara proletar dan borjuis, otodidak dan akademis, setiap seniman mampu memiliki kesempatan untuk eksis dan populer dengan keunikan media yang mereka usung sendiri-sendiri.

Kata Kunci: Budaya Pop, Embargo, Media Sosial

**A. Latar Belakang**

Sorotan terhadap fenomena sosial yang saat ini sebagian besar publik bergantung dengan status yang menampakkan kasta eksistensi di media sosial perlu dikaji sehubungan dengan dinamika globalisasi yang berlangsung saat ini. Media sosial yang dirancang untuk bertindak sebagai wadah komunikasi kini tidak hanya menjadi sekedar alat untuk berkomunikasi dengan saudara ataupun kerabat yang tinggal di daerah yang jauh. Media sosial saat ini hampir menjadi sebuah dunia primer bagi remaja yang tumbuh di era informatika. Seakan dunia nyata hanyalah tempat untuk menampakkan diri secara sublim. Apabila belum bergaya dan diakui dengan aksi simbolis berupa 'likes' melalui media sosial dalam dunia virtual maka seseorang belum dinyatakan ada. Hal ini kemudian menjadikan prestasi-prestasi dibidang akademis yang nyata acapkali

dikesampingkan oleh remaja dalam lingkup usia 16 hingga 20 tahun.

Internet yang pada tahun 2000an dikaji oleh Sassi dalam Hanitzch (p.98: 2011) mengungkapkan bahwa internet merupakan sebuah jembatan yang mempersilahkan masyarakat memasuki dunia maya secara aktif dan diharapkan mampu berkolaborasi dan menjadikan masyarakat dapat terikat secara idealis politik. Saat gerbang internet diluncurkan kedalam masyarakat yang saat itu tengah terpesona oleh kehadiran dunia maya yang dihadirkan melalui siaran TV memunculkan sebuah fenomena keberadaan *cyberspace*. Masyarakat perlahan mulai menganalisa fitur-fitur dalam internet dan berusaha memaksa diri untuk menjadi bagian dari sebuah perhelatan internet. *Cyberspace* ini kemudian menjamur di masyarakat dan terus mengalami perkembangan yang

relevan sesuai dengan mobilitas era yang berlangsung.

Fenomena *cyberspace* terus meluas dengan kemudahan untuk mengakses dunia maya menjadi lebih mudah karena ia berada di genggaman tangan tiap orang. Smartphone yang menyediakan layanan instan untuk memasuki dunia maya kini sudah dimiliki hampir diseluruh manusia di dunia. Dengan kemudahan jangkauannya, internet kemudian menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi manusia yang tumbuh di era informatika. Kebutuhan akan akses internet secara gratis kemudian menjadi hal yang paling diburu. Manusia menjadi butuh akan informasi terkini yang relevan dengan kehidupannya ataupun tidak relevan.

## B. Rumusan Masalah

Dalam paper ini saya akan mengkaji fenomena budaya seniman urban yang melejitkan diri melalui media sosial Instagram. Dengan rumusan masalah dibawah ini:

1. Apakah instagram dapat dipahami sebagai karakteristik model media eksistensi seniman urban dalam kebudayaan populer?
2. Bagaimana teori Cultural Studies memahami lebih dalam fenomena *Popular Visual Lifestyle* ini?

## C. Pembahasan

### a. Fenomena *Popular Urban Lifestyle* dalam teknologi *Social Media*

Hiruk pikuk kehidupan urban yang menghabiskan waktu di kantor dengan segala kesibukannya kemudian memunculkan kejenuhan atas aktivitas yang menunjang hidup mereka. Manusia urban menjadi senjang dengan tingkat sosialisasi yang dimiliki oleh masing-

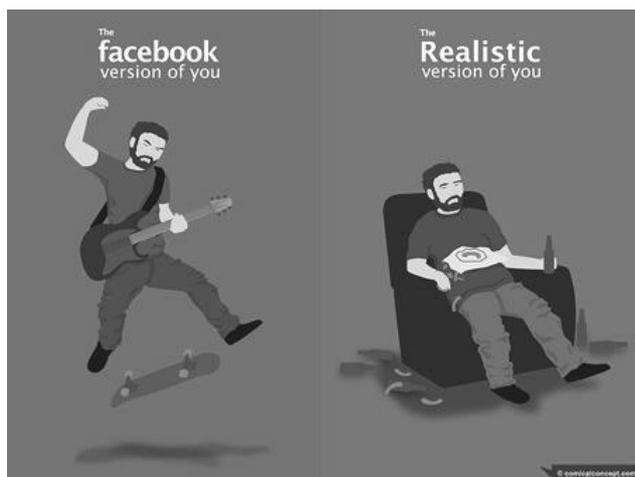
masing individu. Kehidupan kota yang menjadi pusat pemerintahan seperti Jakarta di Indonesia misalnya berubah menjadi setting sosiokultural yang berkembang menjadi bentuk kehidupan yang keras dan individual (Burhan, p.47: 2013). Sikap individu yang lelah karena setiap harinya diperas tenaganya mengakibatkan kemalasan untuk berinteraksi secara langsung di dunia nyata.

Masyarakat urban adalah masyarakat yang hidup dalam cuaca dan iklim komunikasi perkotaan, pusat pemerintahan dimana pastinya dipenuhi hirukpikuk kesibukan aktivitas perkantoran maupun pemerintahan dan pembangunan. Definisi kota menurut Yasraf Amir Piliang adalah sebuah wilayah yang memiliki keberlangsungan aktivitas manusia dengan berbagai skala segmentasi, politik, ekonomi dan latar belakang kulturalnya.

Hiruk pikuk kehidupan urban yang menghabiskan waktu di kantor dengan segala kesibukannya kemudian memunculkan kejenuhan atas aktivitas yang menunjang hidup mereka. Manusia urban menjadi senjang dengan tingkat sosialisasi yang dimiliki oleh masing-masing individu. Kehidupan kota yang menjadi pusat pemerintahan seperti Jakarta di Indonesia misalnya berubah menjadi setting sosiokultural yang berkembang menjadi bentuk kehidupan yang keras dan individual (Burhan, p.47: 2013). Sikap individu yang lelah karena setiap harinya diperas tenaganya mengakibatkan kemalasan untuk berinteraksi secara langsung di dunia nyata.

Masyarakat urban melakukan pelarian interaksi melalui media yang mempersilakannya untuk dikenal dan mengenal orang yang belum kenal sehingga mampu membuat kesan palsu yang impresif. Produksi terhadap ciptaan gaya baru yang membuat kesenjangan dengan realitas ini diperhatika oleh Slater dalam Art

Under Pressure dari Joost Smiers dengan pernyataan yang menceritakan bahwa saat ini sebuah gaya hidup tidak merepresentasikan kehidupan realitas keluar permukaan namun juga produksi atas realisasi gaya hidup impian yang didamba masyarakat pelarian (p.230: 2009).



Gambar 4. Facebook vs Reality Graphics by Comical Concept.

Sumber: <http://www.techeblog.com/index.php/tech-gadget/facebook-vs-reality-viral-pictures-of-the-week>

Melalui internet semua warga dari belahan dunia manapun dapat menyuarakan pendapatnya dan didengar oleh banyak pihak, oleh karenanya banyak orang yang menginginkan dirinya untuk menjadi bagian dari informasi tersebut. Rulli Nasrullah dalam bukunya berjudul Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber menyatakan bahwa “kondisi ini ditenggarai oleh karakteristik internet yang mewakili (interface) proses komunikasi dan distribusi sirkulasi pesan hanya dengan teks atau image semata” (p.ix: 2014). Keadaan ini kemudian menghilangkan proses penyampaian bahasa tubuh sehingga tak banyak masyarakat urban yang memanipulasi data *real* dari dirinya sendiri.

Pemanipulasian data dari kehidupan nyata ini merupakan bagian pergerakan politik melalui media internet. Seseorang yang terlihat pendiam bisa saja

menampakkan diri sebagai orang yang kritis dan logis memandang dunia sekitarnya begitu sebaliknya. Woolam dalam Nasrullah menyetujui ketidakautentikan identitas pengguna facebook dengan kehidupan realnya, pengguna facebook banyak merekonstruksi diri menjadi apa yang mereka sukai dan impikan sehingga menarik banyak orang untuk melakukan jaringan pertemanan dengan mereka (p.114: 2014).

30 Artists You Should Be Following On Instagram



Gambar 5. 30 Artists You Should be Following on Instagram

Sumber: <http://stuartbuchanan.com/30-artists-you-should-be-following-on-instagram/>

Geliat pasar seni instagram semakin singkat dan kilat, banyak perusahaan yang melakukan perekrutan untuk kepentingan keindahan sampul buku dengan melakukan penelitian melalui instagram seniman. Austin Kleon pun memprovokasi seniman untuk menunjukkan karya mereka melalui dunia maya dengan ungkapan pada bab pembukaanya:

*“bayangkan bila atasanmu tidak perlu membaca riwayat hidupmu karena sudah membaca blogmu, bayangkan menjadi pelajar dan mendapat pekerjaan pertama berkat tugas sekolah yang kamu posting online, bayangkan kehilangan*

*pekerjaan tetapi punya jaringan kenalan yang akrab dengan karyamu dan siap membantumu menemukan pekerjaan baru, bayangkan mengubah proyek sampingan atau hobi menjadi profesi karena ada peminat yang mendukungmu”* (p.3: 2014).

Lecutan semangat yang disuguhkan Austin Kleon kepada pembacanya tentunya karena pengaruh keterbukaan dunia maya yang mempersilahkan semua orang untuk menunjukkan karya mereka, “*jadi mengapa tidak?*” dan Kleon mengungkapkan alasan-alasan yang menumbuhkan semangat seniman yang membaca bukunya. Lecutan yang memangkas ketakutan dan keraguan seniman urban untuk menunjukkan karyanya melalui dunia maya semakin pudar dan kemudian mereka semakin berani mengembargo diri untuk tampil berani di dunia maya dengan kesinambungan transaksi yang diadakan di dunia nyata.

## **b. Komodifikasi Budaya Pasar Visual Cyberspace di Instagram**

Siklus pasar seni visual pada era global dalam lingkup modernis mengurung kreativitas seniman untuk mengadakan transaksi jual beli langsung dengan pembeli utamanya. Jembatan antara seniman dengan pembeli utamanya yang tergolong dari masyarakat awam ini dibatasi oleh kehadiran kolektor yang mengendalikan harga atas sebuah karya seni yang ingin mereka miliki dan kemudian diluncurkan lagi ke publik dengan menjualnya saat lukisan tersebut sesuai dengan kondisi iklim tren yang merebak pada rezim tertentu.

Ketatnya pemilihan karya yang terbeli oleh kolektor dari seniman-seniman bintang ini kemudian memunculkan paradigma bahwa seniman muda yang belum banyak pengalaman di dunia seni akan dipandang remeh. Ketimpangan penilaian pihak galeri yang terbatas

menurut pandangan kolektor membuat seniman kemudian berusaha mengembargo diri menggunakan media lain yang dekat dengan masyarakat. Pada mulanya seniman tidak bermaksud untuk mencuatkan diri sebagai seseorang pembuat karya di media maya, seorang seniman yang suka menulis dulu menggunakan blog untuk menulis catatan harian dengan diiringi ilustrasi yang mendukung luapan tulisan atau sebaliknya.



111 likes



152 likes

memamerkan karya di pameran pasar seni catalyst art market, mereka menjual gambar yang diunggah di instagram dan kemudian di jual dengan kondisi *original art, print out poster, stiker pack, tote bag, bantal, dll.*

Sumber: *screenshot* dan *cropping* dari ponsel pribadi

Inovasi dalam dunia maya ini kemudian dikembangkan hingga muncullah *Instagram* sebagai wadah bagi setiap orang untuk berbagi foto dengan keterangan tambahan dibawah foto tersebut. *Instagram* disebut sebagai pasar seni visual di dunia maya yang berkembang pesat di Indonesia. Bergam transaksi terjadi antar kreator dan konsumennya melalui *instagram* yang kemudian diteruskan melalui *chat* pribadi. Geliat seniman yang mengembargo dirinya untuk lebih meluaskan sayap menggapai wilayah konsumen yang lebih besar untuk membeli karyanya atau menggunakan jasa mereka semakin jelas. Seniman menjadi lebih mandiri dalam galeri bebas yang dia daftari atas kemauan sendiri. Karya yang ia luncurkan dapat langsung dinikmati oleh masyarakat awam tanpa melalui seleksi ketat dari pihak galeri dan panitianya.

Keberadaan pasar terbuka ini memudahkan seniman muda dalam geliat urban untuk menyatakan eksistensi diri melalui pasar seni visual maya yang memberikan fasilitas tersebut. Joost Smiers menyetujui keberadaan pasar bebas yang terbuka ini dalam kalimatnya “segelintir seniman laku keras di pasar “terbuka” atau sejumlah galeri seni kontemporer yang terbatas hingga sulit ditemukan di Dunia Barat” (p.63: 2009).



Gambar 7. Seorang ilustrator luar negeri bernama Mab Graves yang menjual ilustrasinya dengan mengaplikasikannya kedalam media nyata dan dijual melalui media maya Instagram.

Sumber: Screenshot dari ponsel pribadi

Pasar seni visual dalam dunia maya ini tak jauh dari pasar terbuka yang ditawarkan sebagai alternatif transaksi karya seni oleh Joost Smiers. Pasar terbuka membuka kebebasan bagi orang lain untuk menyatakan pendapat mengenai sebuah karya atau aktivitas yang dilakukan orang lain, jika banyak orang yang menyetujui karya tersebut sebagai benda yang relevan untuk dimiliki maka hal tersebut akan berdampak pada semakin banyaknya penggemar karya dari seniman tersebut.

Seniman urban menjual ilustrasinya dalam bentuk scarf, T-shirt, sticker pack, poster, dress, buff, pin dan benda-benda tersier lain yang sebenarnya bukan merupakan benda kebutuhan utama. Seringkali masyarakat konsumennya membeli untuk menjadi bagian dari orang yang menghargai hasil karya anak negeri atau semata-mata tertarik dengan desain yang dibuat oleh *illustrator*nya. Paradigma subjektif dari konsumen terpengaruh dari citra yang diusung oleh seniman dalam akun *instagram* mereka.





Gambar 8. Ilustrator dan komikus melakukan pengkritikan terhadap gejala fenomena asap di Kalimantan sebagai issue hangat yang diperbincangkan di Indonesia

Sumber: Screenshot dari ponsel pribadi

Pemanfaatan asas issue juga banyak digunakan oleh seniman di Instagram untuk menunjukkan kepedulian mereka terhadap permasalahan yang hangat diperbincangkan secara mainstream. Hal ini merupakan sebuah obesitas informasi yang merupakan salah satu ciri kebudayaan kontemporer yang disarati oleh gemerlapan citraan (image) yang datang silih berganti dengan kecepatan tinggi (Piliang, 177: 2011). Hal ini menambah gemericik keramaian hirarki yang luas dan dapat ditampilkan sebagai bukti bahwa seniman menggunakan karya seninya sebagai kritik atas permasalahan mainstream.

Ditengarai dengan kasus demikian aka dapat dipastikan bahwa seniman di Instagram dapat berfungsi sebagai bagian dari provokator. Sebuah konklusi muncul untuk mengakhiri bab ini bahwa *Art is made to provoke an Issue*, sebuah issue akan lebih mengundang banyak perhatian dengan kebergabungannya melalui media. Terlebih

yang menyoroti akan sebuah issue adalah seorang seniman yang memiliki lingkaran penggemar yang tidak sedikit. Semakin banyak orang yang memberi perhatian bukan tak mungkin sebuah issue akan mendapat gerakan nyata penanggulangan.

Berbagi karya yang telah selesai dibuat dan membiarkan publik memiliki karya tersebut melalui dokumentasi gratis dari layar smartphone akan menimbulkan dampak yang menggembirakan. Seorang seniman akan mengetahui kritikan bebas atau pujian dan seniman tersebut berhak memilih secara bebas siapa yang mereka pilih untuk percaya. Keberadaan dunia maya sangat penting untuk membantu seniman urban yang tergolong dari usia remaja hingga dewasa untuk mengembangkan diri dengan jangkauan yang lebih luas.

#### D. PENUTUP

Instagram merupakan sebuah fenomena urban dari kebutuhan gaya hidup urban. Instagram yang dibuat dengan penelitian sebelumnya kemudian membaaur dengan mudah di masyarakat untuk berbagi foto kegiatan atau foto tentang pemandangan. Melihat fenomena yang ada kemudian bermunculanlah seniman muda yang mulai mengupload karya dengan media Instagram ini. Seketika itu berdatangan lah *followers* dengan minat yang sama dengan apa yang seniman itu terus upload. Seperti layaknya fans, mereka ingin mengetahui gerak-gerik dan mengenal citra yang ditampilkan oleh seniman dalam media maya Instagram

Berbeda dengan sosial media yang lain, keinstanan dan penggunaan yang super mudah dari fasilitas Instagram memberikan pengaruh pengguna yang bertambah setiap harinya. Instagram merupakan media relevan bagi pengembangan link seorang seniman muda yang amatir maupun

profesional. Seorang amatir dapat menjadi profesional dan memiliki banyak pengikut di Instagram saat mereka konsisten dengan apa yang mereka kerjakan.

*Arts is publics, thus Artists have to sharing it by open conversation and coment about it, anyone can do it by one click and one space for one artwork, but coment below could be more than a thousands in Instagram. Intstagram is a way of positif life in urban culture and lifestyle.*

Jadi, dengan ini dapat disimpulkan bahwa kebutuhan untuk memiliki makna dalam masyarakat di era informatika ini adalah terbitnya keinginan untuk diakui dalam media virtual. Semakin diakui dalam dunia virtual terlepas dari apa yang nyata dalam dunia sadar manusia dianggap semakin populer dan menjadi pusat sorotan. Seniman dapat menciptakan pergerakan mereka sendiri dalam kancah embargo mandiri. Tanpa biaya dan tanpa ramah tamah dalam galeri, setiap seniman otodidak maupun profesional dapat memiliki pengakuan dan penggemar sendiri-sendiri. Hal ini merobohkan konsep batas antara proletar dan borjuis, otodidak dan akademis, setiap seniman mampu memiliki kesempatan untuk eksis dan populer dengan keunikan media yang mereka usung sendiri-sendiri.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Burhan, M. Agus. 2013. Seni Lukis Indonesia Masa Jepang Sampai Lekra. Surakarta: UNS Press.
- Chaney, David. 1996. Lifestyle, Sebuah Pengantar Komprehensif. Yogyakarta: Jalasutra.
- Faisal, M. (2011). Estetika Dalam Narasi Kebudayaan Populer. Jurnal Harmoni 1(1), 1-8
- Ibrahim, Subandy. 2011. Kritik Budaya Komunikasi: Budaya Media dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia. Yogyakarta: Jalasutra.
- Jenks, Chris. 1993. Culture – Studi Kebudayaan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kleon, Austin. 2014. Show Your Work: 10 Ways to Share Your Creativity and Get Discovered. Jakarta: Mizan Media Utama.
- Miles, Malcolm. 1997. Art Space and the City: Public Art and Urban Futures. New York: Routledge.
- Smiers, Joost. 2009. *Arts Under Pressure Memperjuangkan Keanekaragaman Budaya di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Insistpress.
- Storey, John. 2006. Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop. Jakarta: Penerbit Jalasutra.
- Nakagaw, Shin Dkk. 2003. *Urbam Culture Research Volume 1*. Yogyakarta: UCRC Yogyakarta Subcentre.

Nasrullah, Rulli. 2012. Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber. Jakarta: Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan Strinati, Dominic. 2009. *Popular Culture*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

Piliang, Yasraf Amir. 2011. Dunia yang Dilipat, Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan. Bandung: Penerbit Matahari.

Ridho Bukan Rhoma, Berhala Itu Bernama Budaya Pop. Yogyakarta: Leutika, 2009.

Salbino, Sherief. 2014. Buku Pintar Gadget Android. Jakarta: Niaga Swadaya.

**Referensi Internet:**

<http://theartistique.me/the-new-portraits-of-america/>

Instagram.com: @dielamharani,  
@chiantygunawan, @kyrfano,

@komikin\_ajah, @OOTDIndo,  
@Penahitam.