

THE ROLE OF THE @INDOMUSIKGRAM'S ACCOUNT ON THE INSTAGRAM PLATFORM AS AN EXPRESSION MEDIA IN MUSIC

Zulfa Nabilah Luthfi, Rien Safrina, Sri Hermawati Dwi Arini

Prodi Pendidikan Musik, Fakultas Bahasa Dan Seni, Universitas Negeri Jakarta

E-mail : zulfanabilahluthfi@gmail.com

Abstract : *The Purpose Of this Research is to obtain detailed data about the roles and functions as well as the variation of content on the @indomusikgram account, one of the accounts on the Instagram platform. The Object Of this Research is the @indomusikgram's account focused on its role and function as a medium of expression. The Research Methodolody used in this research is descriptive qualitative with a literature study approach. The instrument used was the researcher herself. The research was conducted for 5 months from August 2020 to the end of December 2020. The Data are collected through literature review from various document sources such as journals, books, articles, internet, and online magazines. To complement the data, direct observation is also used on the @indomusikgram account and conducting interviews with the CEO (Chief Executive Officer) of @indomusikgram's. Data analysis was carried out by making critical notes from the interview results and making notes that were colored according to the variation of the content being researched to find out their roles and functions. Variations of content on @indomusikgram's are collaborative content such as #collabjauh, challenge content #Tantangan12BarIMG, educational content in the form of discussions on music theory such as "Family Chords", music content based on music genres such as IMG Ethnic, IMG Pop, IMG Dangdut, IMG Rock, IMG Jpop, IMG Kpop. In general, it can be concluded that the indomusikgram account is one that is widely used by the public in the world of social media.*

Keywords: *Instagram Social Media; @indomusikgram account, Role and Function.*

PERAN AKUN @INDOMUSIKGRAM PADA PLATFORM INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA EKSPRESI DALAM BERMUSIK

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang detail tentang peran dan fungsi serta variasi konten yang ada pada akun @indomusikgram, salah satu akun yang ada pada platform Instagram. Objek penelitian adalah akun @indomusikgram difokuskan kepada peran dan fungsinya sebagai media ekspresi. Penelitian dilakukan selama 5 bulan dari agustus 2020 hingga akhir Desember 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan Studi Pustaka. Data dikumpulkan melalui kajian Pustaka dari berbagai sumber dokumen seperti jurnal, buku, artikel, internet, majalah online. Untuk pelengkap data digunakan juga observasi langsung pada akun @indomusikgram dan melakukan wawancara dengan CEO (Chief Executive Officer) @indomusikgram. Analisis Data dilakukan dengan membuat catatan-catatan kritis dari hasil wawancara dan membuat catatan yang diberi warna sesuai variasi konten yang diteliti untuk menemukan peran dan fungsinya. Variasi konten yang ada pada @indomusikgram adalah tkonten kolaborasi seperti #collabjauh , konten tantangan #Tantangan12BarIMG , konten edukatif berupa pembahasan mengenai teori musik seperti "Family Chords", konten musik berdasarkan genre musik seperti IMG Etnik, IMG Pop, IMG Dangdut, IMG Rock, IMG Jpop, IMG Kpop. Secara umum dapat disimpulkan bahwa akun indomusikgram adalah salah satu yang diterima baik oleh masyarakat dalam dunia media sosial.

Kata kunci : Media Sosial Instagram; akun @indomusikgram, Peran dan Fungsi.

PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia tengah berada pada abad 21 dimana teknologi sudah berperan penting dalam berbagai sektor kehidupan, perubahan ini disebut digitalisasi. Hal ini dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari manusia, contoh dalam sektor keuangan, dimana transaksi sudah dilakukan secara digital, tidak perlu lagi penjual dan pembeli bertemu, mengantre pada kasir, atau pembayaran di bank, cukup dengan mengunduh aplikasi lalu transaksi dapat dilakukan dengan mudah dimanapun kapanpun.

Salah satu yang tidak bisa lepas dari dampak digitalisasi juga adalah dunia pendidikan dimana hampir semua komponen dari sistem pendidikan dan pembelajaran dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, baik dari materi, sumber, strategi serta komponen evaluasi bahan tujuan dari pembelajaran itu sendiri (Gunawan & Widiati, 2019; Saputra, 2020). Salah satu yang terdampak adalah pembelajaran seni musik, pembelajaran musik ini ikut terdampak terlebih karena adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), pembatasan ini berlaku baik dari jenjang pra sekolah hingga perguruan tinggi, dengan itu munculah tantangan baru dalam pembelajaran tersebut, terlebih di masa pandemi ini. Dengan adanya era digital, baik pendidik dan siswa harus berdaya saing tinggi (*qualified*), karena perkembangan teknologi digital ini mengakibatkan perubahan orientasi belajar dari *out side guided* menjadi *self guided* tentunya mengharuskan guru untuk memiliki kualitas lebih tinggi dari siswa (Rumapea, 2019).

Di masa pandemi kegiatan belajar tak lepas dari penggunaan media sosial, karena pembelajaran dilakukan secara *e-learning* atau biasa disebut pembelajaran daring. Platform digital pun menjadi marak digunakan untuk belajar daring, seperti *zoom*, *google meet*, *google classroom*, *Microsoft teams* dan lain-lain sedangkan platform penunjang pembelajaran musik terdapat *chrome lab*, *musiq.id*, dan berbagai konten perorangan di youtube.

Media Sosial sendiri merupakan sebuah media interaksi online dengan para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi forum, aplikasi *chatting*, blog, wiki, dunia virtual serta jejaring sosial (Slide Share, 2018). Pernyataan tersebut dipertegas Liz Strauss dalam (Pratama, 2020) yang mengatakan bahwa media sosial itu sebuah perangkat lunak komputer dalam bentuk diskusi *online* yang mengandalkan adanya partisipasi, relasi, serta konten yang diciptakan oleh pengguna untuk pengguna (*User Generated Content*). Contoh daripada media sosial adalah Facebook, Twitter, Tumblr dan Instagram. Instagram menempati posisi ke 4 di indonesia sebagai media

sosial yang paling populer dan diminati oleh berbagai usia dengan persentase total pengguna sebesar 79% setelah Youtube 88%, WhatsApp 84%, dan Facebook 82% (Jayani, 2020).

Instagram sering kali digunakan oleh orang banyak untuk mengunggah berbagai karya berupa foto maupun video pada akun pribadi maupun dengan tujuan tertentu, berdasarkan jenis media sosial menurut (Nasrullah, 2015) Instagram sendiri dikategorikan sebagai jenis media *sharing* yaitu jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk dapat berbagi media, seperti dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya. Menurut (Saxena, 2014) *media sharing* merupakan situs media sosial yang memungkinkan anggota untuk menyimpan dan berbagi gambar, *podcast*, dan video secara *online*. Instagram sendiri baru diluncurkan pada tahun 2010 dan para penggunaannya dapat mengambil foto atau video sekaligus menyuntingnya, menonton siaran *live*, menerapkan filter pada foto atau video, dan membagikannya ke jejaring sosial lainnya, termasuk milik instagram sendiri. Seperti yang dilakukan oleh komunitas video @indomusikgram, platform ini memanfaatkan media sosial Instagram guna membentuk sebuah komunitas video musik. Dimasa pandemi COVID 19 @indomusikgram dimanfaatkan oleh banyak orang dan musisi sebagai wadah penyalur ekspresi dalam musik, namun pandemi ini tidak menyurutkan kreativitas para musisi justru menjadi tantangan baru untuk membuat musik, justru banyak musisi yang tidak paham mengenai musik digital atau komputerisasi musik namun akhirnya mereka belajar karena tuntutan pekerjaan dan platform ini menjadi salah satu panggung virtual bagi mereka karena melalui konten di @indomusikgram mereka dapat merasakan kembali bertemu dengan para penggemar dan berada di atas panggung, walaupun secara virtual. Platform @indomusikgram memiliki 1.6 juta pengikut dan 12.5 ribu postingan dari dalam dan luar negeri, terdapat konten-konten video musik yang menarik dan variatif, seperti img etnik, img instrumental, img jazz, konten webinar mengenai musik, collabjauh dan lain-lain. Mayoritas video yang di *repost* oleh platform ini adalah video musik *cover* individu/kelompok dan juga beberapa informasi video/foto mengenai musik yang dapat memancing ruang diskusi.

Di abad 21 ini memang seluruh sektor terpengaruh oleh digitalisasi maka idealnya kita harus menyesuaikan diri untuk menerima dan mau melakukan perubahan. Di masa pandemi ini kemajuan teknologi sangatlah membantu dalam kegiatan sehari-hari, begitu juga dengan bermusik, dengan keterbatasan yang ada banyak orang maupun musisi yang memanfaatkan platform musik online untuk menyalurkan ekspresi guna menuangkan rasa rindunya terhadap musik. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui

bagaimana “Peran akun @indomusikgram pada platform Instagram sebagai Media Ekspresi dalam bermusik”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan Studi Pustaka. Data dikumpulkan melalui kajian Pustaka dari berbagai sumber dokumen seperti jurnal, buku, artikel, majalah *online*. Untuk pelengkap data digunakan juga observasi langsung pada akun @indomusikgram dan melakukan wawancara dengan *CEO (Chief Executive Officer)* @indomusikgram. Analisis Data dilakukan dengan membuat catatan-catatan kritis dari hasil wawancara dan membuat catatan yang diberi warna sesuai variasi konten yang diteliti untuk menemukan peran dan fungsinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indomusikgram merupakan sebuah komunitas musik yang berdiri sejak 26 Juni 2014, dengan Christian Bong sebagai *Co Founder* sekaligus *CEO*. Sebelum hadirnya @indomusikgram, Christian Bong sudah lebih dulu membuat akun komunitas video bernama @indovidgram, lalu dengan sahabatnya berinisiatif membentuk @indomusikgram guna mewadahi tren atau hobi di bidang musik, dengan visi untuk memajukan kolaborasi antar musisi Indonesia dan misi untuk mengembangkan seluruh media sosial @indomusikgram, melegalisir setiap kegiatan melalui badan hukum, membentuk unit bisnis label dan manajemen artis, membuat konten-konten kolaborasi langsung, seperti #collabjauh. Akun ini juga bergerak di beberapa *platform* seperti Facebook, Twitter, Youtube, Line dan Instagram, namun lebih dulu dibentuk pada *platform* instagram.

Indomusikgram berangkat dari sebuah akun media sosial instagram @indomusikgram, lalu mengalami perkembangan yang akhirnya menjadi sebuah perusahaan bernama PT. Bakat Kreasi Musik dan Visual yang sekarang juga memiliki unit gabungan bernama Indomusik Group. Sesuai visinya, @indomusikgram juga membuka peluang untuk para musisi mengembangkan karir nya. Akun ini membuka kerjasama berupa *paid promote* atau jasa promosi berbayar, bagi musisi yang ingin promosi album maupun *single* nya, tentu dengan persyaratan yang perlu didiskusikan lebih dulu. Berdasarkan teori yang dikemukakan (Porter, 2004), dalam tulisannya mengenai Tipologi Komunitas Virtual, terdapat lima karakteristik sebuah komunitas virtual yaitu *propose, place, platform, population, profit*. Dalam hal ini @indomusikgram cocok termasuk dalam kategori *profit model* (laba atas interaksi) karena aktivitas komunitas ini sudah menghasilkan nilai ekonomi dan menghasilkan keuntungan.

Terdapat konten-konten yang menarik dan variatif pada akun @indomusikgram seperti konten video *cover* img etnik, img instrumental, img jazz, konten webinar mengenai musik, konten animasi, konten khusus lagu daerah, konten *live music*, Indomusikday, collabjauh dan lain-lain. Salah satu konten yang sangat variatif adalah konten *cover* beragam *genre* musik, terdapat tujuh genre musik dengan nama konten Img Rock, Img Jpop, Img Jazz, Img Instrumen, Img Etnik, Img Kpop, Img Dangdut, konten tersebut diunggah setiap harinya secara berurut mulai dari Img Rock dan seterusnya dan diulang dengan urutan yang sama setiap harinya, tentunya berdasarkan hasil seleksi video yang menggunakan tagar #indomusikgram. Di beberapa kesempatan @indomusikgram juga membuka sebuah webinar atau *workshop online* yang menyangkut dunia musik, salah satu contohnya adalah konten kolaborasinya dengan Axe yang diberi judul “*Axe Class Music Room*” yang membahas mengenai tata cara penggunaan *software editing music*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan penemu @indomusikgram, Christian Bong, akun ini memang bergerak sebagai komunitas guna mewadahi talenta-talenta baru sekaligus memberikan tontonan video musik yang menghibur maupun mengedukasi, sejauh ini ada lebih dari 20 konten yang terdiri dari berbagai macam kategori, yaitu konten *cover*, tantangan, edukasi, lomba, *live music*, hingga konten promosi.

Berbicara mengenai konten, @indomusikgram memiliki beragam konten menarik yang dapat membangkitkan kreativitas para pengikutnya. Tak jarang juga konten tersebut dibuat untuk mengasah kemampuan di bidang musik, misalnya pada konten #IMGJazz yaitu “Tantangan 12 bar IMG” bekerja sama dengan akun @Korg.indonesia. Ini merupakan tantangan untuk memainkan improvisasi jazz sepanjang 12 bar, bebas menggunakan alat musik apapun dan mengunggah sesuai dengan *template* video yang sudah disediakan oleh tim.

Terdapat juga konten edukatif lain seperti postingan foto maupun video yang membahas mengenai teori musik dasar, salah satunya mengenai “*Family Chords*” yang dibahas oleh @cressentiamurniastuti seorang instruktur gitar dan di *repost* oleh @indomusikgram.

Dari 2 contoh konten diatas, membuktikan bahwa akun ini bukan hanya bertujuan untuk memberikan konten hiburan, namun juga ingin memberikan sesuatu yang edukatif seputar musik. Selain itu dengan adanya konten ini, mempermudah masyarakat untuk mempelajari musik dan juga sasarannya umum tidak terbatas pada orang yang berlatar belakang musik saja, menggunakan bahasa yang komunikatif sehingga mudah dipahami.

Pada kolom komentar banyak muncul pertanyaan yang memicu ruang diskusi antar para pengguna, timbulnya ruang tersebut merupakan salah satu karakteristik/atribut dari komunitas virtual berdasarkan teori (Porter, 2004) pada @indomusikgram yaitu *platform* (desain interaksi) dimana terjadi interaksi asinkron, interaksi hadir dalam waktu yang tidak nyata, maksudnya membebaskan pengguna untuk melihat dan menanggapi pesan dalam komentar pada kenyamanan mereka daripada dalam kurun waktu nyata (*real time*), jadi bukan interaksi langsung yang terjadi seperti dalam ruang obrolan (*chatting*).

Sering kali terjadi sebuah diskusi dan pertanyaan mengenai video *cover* yang di unggah oleh @indomusikgram, contohnya diskusi yang terjadi antara sesama pengguna di kolom komentar, mengenai apa nama alat musik tradisi pada video tersebut, yang kemudian di jawab oleh pengguna lainnya, hal ini banyak dijumpai pada kolom komentar konten IMG etnik dan IMG instrumen, yang menyebabkan komunikasi antar pengguna di akun @indomusikgram terlihat hidup tidak hanya sebagai hiburan semata, namun juga sebagai media belajar.

Berdasarkan hasil wawancara dari Christian Bong selaku pendiri @indomusikgram dan 5 responden berlatar belakang pendidikan musik, terdapat peran dan fungsi akun @indomusikgram yaitu dibagi dalam dua kategori besar yaitu untuk masyarakat dan untuk dunia pendidikan. Peran akun @indomusikgram dalam masyarakat dibagi menjadi empat yaitu sebagai komunitas musik, media ekspresi, pendekatan geografis, media promosi karya.

Sebagai komunitas musik, @indomusikgram berfungsi untuk mewadahi kesamaan hobi bagi pencinta musik, memperkenalkan bakat baru serta memberikan video musik yang bersifat menghibur dan mengedukasi.

Sebagai media ekspresi, akun @indomusikgram ini berfungsi untuk memberikan ruang baru untuk masyarakat dapat berekspresi khususnya ditengah keadaan pandemi, memberikan panggung virtual bagi para musisi yang terbiasa bermusik di lapangan lewat konten-kontennya, seperti konten *collab* jauh, melalui konten tersebut musisi bisa melakukan duet virtual bersama para penggemarnya maupun rekan sesama musisi lainnya. Ekspresi berupa rasa dan gejolak yang muncul dari dalam diri untuk di transformasikan dalam sebuah media untuk diwujudkan, hal ini merupakan salah satu proses kreatif dalam penciptaan karya karena ekspresi adalah jiwa yang memicu untuk terwujudnya suatu karya, lalu ketika ekspresi itu telah dituangkan dalam suatu wujud/karya seni maka hasil karya itulah yang merupakan hasil dari proses perwujudan ekspresi. Rasa dan gejolak dalam ekspresi tersebut mula mula akan di transformasikan dalam suatu wujud dan ditangkap oleh penikmat sehingga timbul

pemahaman yang sama antara pencipta dan penikmat (Kusmarini, 2003). Elliot dalam (Eisner, 1959-2014) memaknai ekspresi dalam 7 gagasan yaitu, ekspresi merupakan konsekuensi/hasil dari kecerdasan, seni merupakan salah satu modalitas ekspresif utama manusia karena bergantung pada kecerdasan, ekspresi berlanjut ke bentuk seni berdasarkan simbol, sintaksis, dan media yang digunakan seniman tersebut, ekspresivitas seni diketahui dari pengalaman yang ditimbulkan oleh bentuk-bentuk seni, untuk mengalami bentuk-bentuk seni dibutuhkan kemampuan untuk "membaca" bentuk; yaitu memecahkan kode apa yang telah dikodekan artis/seniman. Dalam teori (Davies, 2008) ekspresi dibedakan menjadi tiga yaitu primer, sekunder dan tersier.

Ekspresi primer, merupakan ekspresi yang terjadi secara tidak sengaja dan alami, seperti ekspresi yang ditimbulkan ketika sedih lalu menangis. Dalam hal ini @indomusikgram tidak dapat dikategorikan sebagai jenis media ekspresi primer, karena syarat terjadinya ekspresi jenis ini hanya dapat dialami oleh diri sendiri yang tidak dapat dirasakan oleh orang lain, dan terjadi secara alami seperti halnya ketika kita merasakan sakit dan mengucapkan "aduh" atau "aw". Selanjutnya adalah ekspresi sekunder, yaitu merupakan tahap kedua dari ekspresi primer, jika ekspresi primernya adalah kesedihan maka ekspresi sekundernya adalah cara yang dilakukan untuk mengungkapkannya, seperti konten *cover* yang ada pada akun @indomusikgram, akun tersebut menyediakan ruang untuk para penggemarnya berekspresi misalnya melalui salah satu kontennya yaitu dengan meng-*cover* sebuah lagu, mengunggahnya dan memberi kesempatan karyanya dinikmati dan di apresiasi oleh lebih banyak orang dengan cara *reposting*. Selanjutnya adalah ekspresi tersier yang merupakan hasil dari ekspresi sekunder, yang merujuk pada karya itu sendiri, yang berarti lagu *cover* yang diunggah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa akun @indomusikgram sesuai dengan karakteristik teori ekspresi yang dicetuskan oleh Davies dan dapat dikatakan sebagai media ekspresi.

Peran yang kedua adalah sebagai pendekatan geografis, fungsinya untuk menambah relasi antar sesama pecinta musik khususnya Indonesia, kita berada pada suku dan budaya yang berbeda-beda, dimana salah satunya kita memiliki kekayaan ragam pada bidang musik, terlebih musik etnik atau tradisional, masih banyak orang yang belum mengetahui bahwa musik etnik Indonesia sangat beragam. Melalui konten IMG Etnik masyarakat jadi tahu keberagaman musik di Indonesia, dan para pengikutnya yang mayoritas Indonesia juga dapat langsung bertanya, berdiskusi mengenai video musik tersebut pada kolom komentar dimana

hal tersebut dapat diserap oleh pengikut lainnya sehingga masyarakat dapat belajar ragam musik di Indonesia melalui diskusi tersebut.

Peran yang ketiga adalah sebagai media promosi karya, sebagai media promosi akun @indomusikgram berfungsi untuk pemasaran suatu karya musik original seseorang, manajemen artis sekaligus label musik dan juga membuka media *partner* jika hendak mengadakan suatu kegiatan. Selain dalam bisnis, akun ini juga dapat dijadikan loncatan untuk seseorang mempromosikan dirinya agar dikenal oleh orang banyak, sehingga karyanya dapat *ter-publish* di masyarakat, tentu dengan kriteria yang sudah ditetapkan yaitu meliputi kualitas produksi video, musikalitas, kreativitas, dan konten lagu yang di *cover*, tak lupa juga untuk menyebut @indomusikgram pada *caption* dan menyertakan tagar #indomusikgram.

Dalam dunia pendidikan akun ini ikut berperan serta sebagai media belajar, yang berfungsi untuk memberikan konten-konten musik yang edukatif dan inovatif. Saat ini kita tengah berada dalam kondisi pandemi *COVID19* yang mengharuskan kita untuk tetap berada di rumah dan melakukan pekerjaan sebisa mungkin dari rumah, sejak di terapkannya *Work From Home* (WFH) oleh pemerintah, seketika segala kegiatan yang berada diluar rumah dibatasi, guna memutus mata rantai penyebaran *virus*, seluruh sektor terpengaruh termasuk pendidikan, pembelajaran jadi dilakukan di rumah masing-masing dengan menggunakan berbagai macam *platform*, seperti *zoom meeting*, *google meet*, *google classroom* dan masih banyak lagi. Begitu pula dengan media belajarnya, justru dengan belajar *online* kita jadi lebih leluasa dan memiliki banyak kesempatan untuk menggali banyak pengetahuan dari internet, belum lagi saat ini hadir berbagai *platform* belajar yang menarik.

Dalam hal pendidikan musik, hadirnya @indomusikgram pada platform instagram dapat memberikan inovasi baru dalam belajar, karena di dalamnya banyak memiliki konten edukasi yang sekaligus mengajak untuk berekspresi, seperti contoh Tantangan 12 bar IMG, selain untuk mengasah kemampuan dalam membuat musik, akun ini juga mengajak untuk berekspresi di tengah pandemi, yang mana dengan adanya konten tersebut menghadirkan panggung virtual bagi para praktisi musik maupun pecinta musik yang kegiatannya terbatas di masa ini.

Konten pada @indomusikgram memberikan peluang baru bagi dunia pendidikan untuk menghadirkan media belajar yang dibutuhkan di masa sekarang, saat ini @indomusikgram pun mengelola akun lain yaitu @indomusikclass yang berisi konten belajar musik, mulai dari teori musik hingga tutorial memainkan alat musik untuk pemula, pengajarnya sendiri merupakan seorang kreator musik atau musisi. Walaupun

@indomusikgram belum diprioritaskan untuk pendidikan, namun beberapa kontennya dapat dijadikan sebagai referensi media belajar.

Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan saat ini instagram merupakan media yang sangat umum digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia. Akses internet nya yang mudah, murah menjadikan instagram sebagai salah satu media ekspresi yang efektif untuk digunakan khususnya pada akun @indomusikgram, lewat kontennya yang beragam, tidak monoton, dan jaringannya yang luas membuatnya menjadi akun yang menarik untuk diikuti siapapun.

Segala sesuatu pasti memiliki kekurangan, bentuk interaksi yang terjadi antar sesama pengguna dan tim akun @indomusikgram masih kurang maksimal, sejauh ini dapat dilakukan melalau kolom komentar, *direct message* dan *e-mail*, yang memungkinkan tenggelam karena banyaknya pesan dan komentar yang masuk, selain itu belum terealisasinya konten, program, maupun *platform* khusus untuk dunia pendidikan musik sehingga belum begitu efektif jika dijadikan media belajar, walaupun sudah terdapat beberapa konten dan akun edukasi musik namun saat ini belum menjadi prioritas utama akun tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai “Peran akun @indomusikgram pada platform Instagram sebagai Media Ekspresi dalam Bermusik” maka akun @indomusikgram layak dijadikan media ekspresi, lewat variasi konten-kontennya yang ada di dalamnya, karena keberagamannya inilah yang membuat masyarakat tertarik untuk menuangkan ekspresi melalui @indomusikgram, selain itu sebagai media ekspresi akun ini juga dapat menjadi lomcatan untuk melahirkan musisi atau idola baru karena jaringan dan pengikutnya yang luas.

Akun @indomusikgram ini juga sesuai merujuk pada teori Porter 2014 yang telah dijelaskan pada Bab 2 mengenai karakteristik komunitas virtual, yang terdiri dari *Propose* dimana akun ini dibuat berdasarkan kesamaan tujuan dan hobi, yaitu dalam bidang musik, *Place*, interaksinya terjadi dalam ruang fisik dan virtual (*hybrid*) seperti adanya *IMG Live music* dan *collab* jauh, *Platform* bentuk interaksinya terjadi secara *unreal time* atau tidak secara langsung pada waktu yang nyata seperti halnya pada kolom komentar, *Population* @indomusikgarm termasuk konsep publik virtual karena berasal dari berbagai macam latar belakang dan ikatan sosialnya dapat berubah ubah, *Profit Model* bahwa akun ini sudah menghasilkan keuntungan secara ekonomi melalui jasa *paid post*.

Merujuk dari beberapa peran dan fungsi yang telah dijabarkan pada Bab 4, peneliti menarik kesimpulan bahwa @indomusikgram berperan sebagai komunitas musik yang fungsinya untuk mewadahi tren, seni serta bakat-bakat musik baru di Indonesia, sekaligus menjadi akun komunitas musik yang memberi tontonan edukatif dan menghibur untuk masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Davies, S. (2008). The Expression Theory Again. *Philosophy of Art* , 2-6.
- Eisner, E. W. (1959-2014). Media, Expression and The Art. *Studies in Art Education 1959-2014 (Vol. 1, No. 1 - Vol. 56, No. 1)*, 4.
- Gunawan, S., & Widiati, S. (2019). *Tuntutan Dan Tantangan Pendidik dalam Teknologi di Dunia Pendidikan di Era 21*. *jurnal.univpgri-palembang.ac.id*, 594-595.
- Jayani, D. H. (2020). Media Sosial yang paling sering digunakan di Indonesia. Diakses oktober 18, 2020, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>.
- Kusmarini, Y. (2003). Ruang Sebagai Media Ekspresi dan Apresiasi. *Dimensi Interior*, 38.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pratama, I. P. (2020). *Social Media dan Social Network*. Bandung: Informatika.
- Porter, E. (2004). A Typology of Virtual Communities: a Multi-Disciplinary Foundation for Future Research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x>
- Ridwan, Q. U. (2019). Analisis Video Musik Virtual akun komunitas @indomusikgram di Media Sosial Instagram. *Journal of Strategic Communication*, 54-56.
- Rumapea, M. E. (2019). Tantangan Pembelajaran Musik pada Era Digital. *Jurnal Seni dan Budaya*, 3 (2) (2019): 101-110, 106.
- Saputra, D. N. (2020). Penerapan Flipped Classroom Pada Pembelajaran Teori Musik Di Prodi Pendidikan Musik. *PEDAGOGIA*, 18(3).
- Saxena, S. (2014). *Social Media can be Organized in 6 Clear Categories*. Diakses dari <https://www.easymedia.in/social-media-can-organized-6-clear-categories/>
- Slide Share. (2018). Media Sosial, dan Jejaring Sosial (Perbedaan dan Klasifikasinya). Diakses dari <https://www.slideshare.net/yusrintosepu/media-sosial-jejaring-sosial-perbedaan-dan-klasifikasinya>