

SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN BAHASA, SAstra, DAN BUDAYA  
(SNPBSB 3)  
2 NOVEMBER 2023

**Kreativitas Konten Bahasa dan Sastra Indonesia melalui Media Sosial “Instagram”**

Mefliza Afriani<sup>1</sup>, Hari Soedarto Harjono<sup>2</sup>, Rustam<sup>3</sup>

Universitas Jambi<sup>1,2,3</sup>

[meflizaafriani@gmail.com](mailto:meflizaafriani@gmail.com)<sup>1</sup>, [hary.soedarto@unja.ac.id](mailto:hary.soedarto@unja.ac.id)<sup>2</sup>, [rustam@unja.ac.id](mailto:rustam@unja.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak**

Media sosial merupakan wadah yang dapat dijadikan media untuk mempublikasikan konten kreatif. Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis konten kreatif dari para kreator dalam bidang bahasa dan sastra Indonesia. Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini terdiri dari lima konten edukatif dari instagram mengenai bahasa dan sastra Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan adanya kreativitas yang berbeda dari masing-masing konten kreator walaupun dalam bidang yang sama. Konten edukasi bahasa dan sastra Indonesia yang digunakan kreator lebih terfokus sesuai dengan kebutuhan yang masyarakat perlukan. Dilihat dari kajian teori belajar para konten kreator menggunakan konsep stimulus dan respon, agar dapat menghasilkan kreativitas konten yang menarik sehingga banyak disukai.

**Kata kunci:** Kreativitas, Konten, Bahasa dan Sastra Indonesia, Media Sosial, Instagram.

**Abstract**

*Social media is a platform that can be used as a medium to publish creative content. The purpose of this research is to explore and analyze creative content from creators in the field of Indonesian language and literature. The research used qualitative descriptive analysis method. The data in this study consisted of five educational contents from Instagram regarding Indonesian language and literature. The results show that there are different creativities from each content creator even though they are in the same field. The educational content of Indonesian language and literature used by creators is more focused according to the needs of the community. Judging from the study of learning theory, content creators use the concept of stimulus and response, in order to produce interesting content creativity so that it is widely liked.*

**Keywords:** Creativity, Content, Indonesian Language and Literature, Social Media, Instagram.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat membuat masyarakat menjadi melek terhadap penggunaan internet. Munculnya kreativitas yang dihasilkan melalui perkembangan teknologi dan informasi dengan hadirnya beragam aplikasi. Hadirnya aplikasi menjadi media untuk masyarakat dapat berkreasi. Media ini disebut sebagai media sosial. Dikuatkan dengan pendapat dari ahli yang menyatakan bahwa media sosial adalah media yang berupa situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Media teknologi internet ini mendorong dan memungkinkan penggunaanya saling terhubung dengan siapa saja, baik orang-orang terdekat hingga orang asing yang tidak pernah dikenal sebelumnya (Triastuti, Adrianto, & Nurul, 2017).

Dari hasil *Focus Group Discussion* yang diadakan oleh Pusat Kajian Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Indonesia bekerja sama dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Triastuti, Adrianto, & Nurul, 2017) menyatakan bahwa media sosial digunakan sebagai media untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan keluarga, teman, dan orang lain yang memiliki ketertarikan yang sama. Media sosial bagi para peserta FGD tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Media sosial juga diartikan sebagai media yang dapat digunakan untuk menyalurkan hobi atau sebagai sarana hiburan, seperti bermain *game online* atau hanya sekedar melihat foto dan video. Media sosial juga dapat dijadikan tempat kegiatan komersial.

Penggunaan media sosial berdasarkan aplikasi yang digunakan juga akan melibatkan perbedaan usia, tujuan, dan kebutuhan yang diperlukan. Banyaknya aplikasi yang ada tentu akan memberikan tampilan yang berbeda sesuai dengan tujuan aplikasi tersebut. Media sosial yang sering dipakai di Indonesia berdasarkan data *We are Social*, Hootsuite, 2020 (Kemp, 2020) terdapat data yang menunjukkan YouTube menjadi *platform* yang paling sering digunakan pengguna media sosial di Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun. Persentase pengguna yang mengakses YouTube mencapai 88%. Media sosial yang paling sering diakses selanjutnya adalah *WhatsApp* sebesar 84%, *Facebook* sebesar 82%, dan *Instagram* 79%. Sebagai informasi, rata-rata waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia untuk mengakses sosial media selama 3 jam 26 menit. Total pengguna aktif media sosial sebanyak 160 juta atau 59% dari total penduduk Indonesia dan 99% pengguna media sosial berselancar melalui ponselnya masing-masing.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Haerul dan Yasrina dengan judul “Kreativitas Konten Edukasi Bahasa dan Sastra Indonesia di Media Sosial” pada tahun 2021. Memiliki tujuan untuk menganalisis dan mengeksplorasi media sosial khususnya YouTube dan Instagram bidang Bahasa dan Sastra Indonesia. Dalam penelitian merupakan metode penelitian analisis deksriptif kualitatif. Data yang diambil peneliti menggunakan lima konten dari masing-masing media sosial yang dipilih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten kreator menampilkan perbedaan secara variatif kepada penonton yang melihat konten mereka.

Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah penelitian ini hanya fokus pada media sosial *Instagram* sebagai media untuk mempublikasikan hasil karya dan kreativitas. Memilih media *instagram* karena sebagian besar penggunaanya mempublikasikan foto dan video melalui aplikasi tersebut selain itu, penggunaanya juga berbagai kalangan sehingga mudah untuk diakses dari yang terunggah. Berdasarkan hasil tanya jawab dengan pelajar berinisial DM “pengguna *instagram* menyampaikan bahwa dengan adanya aplikasi tersebut dapat membantu memperoleh informasi mengenai pembelajaran, terkadang juga guru memberikan tugas pembuatan video pembelajaran dan harus diunggah melalui *instagram*. Aplikasinya sangat banyak diminati, mudah dipahami untuk digunakan dan selalu berinovasi sehingga pengguna tidak bosan menggunakannya”. Dari pandangan ini mempertegas bahwa dengan media sosial *Instagram* dapat dijadikan media untuk berkreativitas menghadirkan beragam konten.

Konten yang dihasilkan para konten kreator akan memiliki konsep yang berbeda sesuai dengan yang dibutuhkan walaupun dengan bidang yang sama. Salah satu konten yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah konten edukasi bahasa dan sastra Indonesia. Biasanya siswa

akan mempelajari materi hanya melalui media cetak atau informasi langsung dari guru yang mengajar. Namun, dengan adanya perubahan serta perkembangan teknologi. Hadirnya media sosial sangat membantu untuk mewedahi segala informasi yang dapat dibungkus menjadi karya berbentuk video maupun foto. Hasil karya tersebut bisa diakses dan dilihat oleh publik sebagai bahan belajar. Banyaknya pengguna instagram akan memudahkan penyebaran informasi edukasi bahasa dan sastra Indonesia.

Inovasi dalam perkembangan penyebaran edukasi kebahasaan melibatkan media sosial untuk menyebarluaskan tentu sangat dibutuhkan agar masyarakat di luar Indonesia dapat belajar mengenai bahasa Indonesia. Selain itu, masyarakat Indonesia baik para pelajar, pengajar, dan masyarakat umum mampu menggunakannya sesuai kebutuhan yang diinginkan. Konten kreator juga akan melibatkan masyarakat untuk memikirkan ide dan konsep untuk keberlangsungan karyanya. Dari hasil penelitian sebelumnya sampai pada penguatan teori dan data yang dipaparkan mengenai penggunaan media sosial yang sangat berpengaruh. Sehingga peneliti akan melakukan penelitiannya dengan judul “Kreativitas Konten Bahasa dan Sastra Indonesia melalui Media Sosial ‘Instagram’”.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis. Deskriptif kualitatif yang berarti menghasilkan data dalam bentuk deskripsi yang diperoleh dari hasil objek, perilaku, fenomena atau peristiwa (Moleong, 2010). Penggunaan metode analisis didasarkan atas objek yang diteliti selanjutnya dilakukan interpretasi dari penemuan yang dilakukan. Dalam penelitian peneliti menganalisis lima konten dari media sosial instagram. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan teori kreativitas yang meliputi beberapa indikator yang pertama kebaruan dan kebermanfaatannya (Gallagher & Rachmawati, 2005). Hasil analisis data terkait kreativitas konten mengenai edukasi bahasa dan sastra Indonesia selanjutnya diberikan deskripsi dari hasil yang telah dianalisis secara kualitatif sehingga didapatkan data yang diperlukan. Selanjutnya, prosedur penelitian ini menggunakan teori Kirk dan Miller yang mengemukakan adanya empat tahapan yang digunakan dimulai dari tahap pra observasi, tahap penemuan, tahap analisis data dan tahap penyelesaian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini akan menguraikan hasil penelitiannya berdasarkan isi konten yang dipilih sebagai data dan pembahasan yang telah disesuaikan dengan indikator kebaruan dan kebermanfaatannya. Hasil dan pembahasan penelitian ini akan diuraikan melalui tabel di bawah ini sebagai berikut;

<b>No.</b>	<b>Nama dan Gambar Konten Akun</b>	<b>Deskripsi Hasil dan Pembahasan Kreativitas Konten</b>
1.	Badan Bahasa Kemdikbud	Akun resmi dari Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Memberikan warna baru dalam penyebaran informasi mengenai kebahasaan. Konten kreator memberikan konsep berwarna hijau untuk postingannya, sedangkan profil pada akunya menggunakan gambar burung hantu berwarna ungu. Adapun beberapa sorotan lomba bidang bahasa dan sastra Indonesia, BIPA, duta bahasa, hari bahasa, KBBI, Kunjungan, Buku Digital,



Ahli Bahasa, Lab Bineka, UKBI, Bincang Sastra, Rembuk Bahasa, Rembuk Sastra, Bicara Sastra dan Ngobrol Bareng. Pengikut akun ini mencapai 259RB dengan total postingan 5.119 dan balasan pengikut sebanyak 123. Dari hasil konten yang dipublikasikan terlihat sangat konsisten kreator memberikan kebermanfaatan dengan mempublikasikan ragam konsep pada satu akun dan dilakukan secara berkala dengan sangat konsisten. Selanjutnya dinilai dari kebaruannya juga memberikan konsep yang menarik dengan gambar dan video yang diunggah melalui akun resmi tersebut.

## 2. Narabahasa

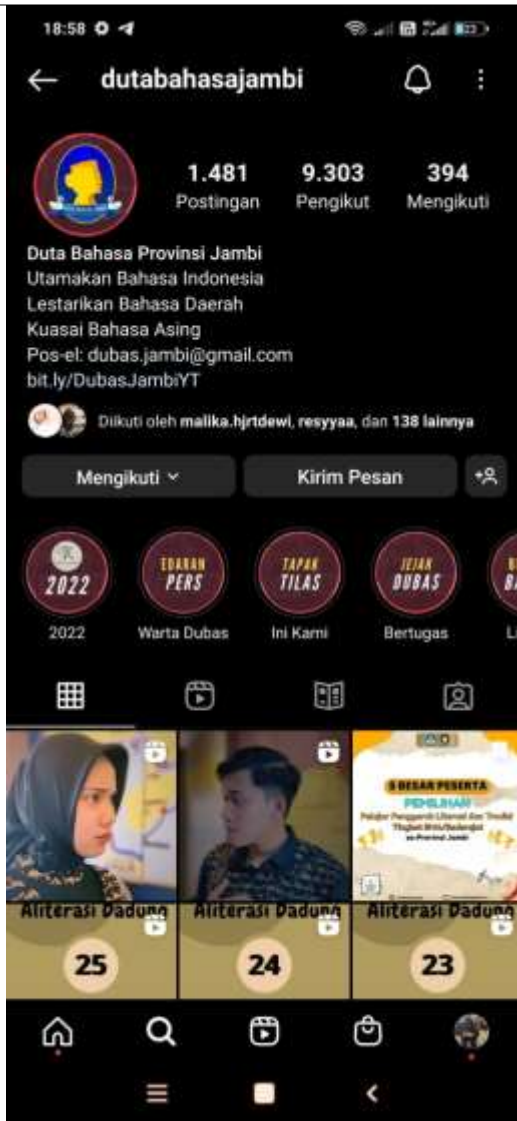
Akun kedua diambil dari akun narabahasa. Akun ini memiliki sapaan kepada penonton dan penggemarnya yaitu sahabat nara. Sebuah kreativitas untuk kreator sehingga memiliki sapaan khusus. Selain itu, konsep yang diberikan berwarna abu muda dan biru, konsep ini tentu akan berubah sesuai dengan pemikiran kreator. Pada akun ini memiliki sorotan yaitu pengenalan tentang narabahasa, griyaan daring, kelas daring untuk belajar seputar kebahasaan, hiburan nara dengan berisikan permainan seperti teka-teki, duta jenama dengan menghadirkan pemateri dari duta bahasa untuk membahas seputar kebahasaan, kreasi nara yang berisikan karya yang dapat berupa baju kaos, mug, tas dan buku dibalut dengan kebahasaan, acara



nara berisikan kegiatan disampaikan melalui siniar, webinar, dan seminar daring, kelas luring, acara nara, edukasi nara, dan gelar edukasi. Akun ini memiliki 48,7RB pengikut, dengan postingan sebanyak 1.661 postingan dan mengikuti balik 59 akun. Dari indikator kebaruan dan kebermanfaatannya akun ini memenuhi kedua indikator. Kebaruan dapat dilihat dari ragamnya konsep yang ditawarkan dari awal sampai saat ini. Kreatornya memiliki kreativitas yang sangat baik sehingga tidak membuat pengikut berpaling. Informasi kebahasaan juga ditampilkan dengan sangat unik dan menarik untuk dipandang.

### 3. Duta Bahasa Provinsi Jambi

Akun ketiga dari duta bahasa provinsi Jambi ini merupakan akun resmi untuk mengenalkan seputar kebahasaan. Akun ini juga merupakan pencarian bakat remaja provinsi Jambi sesuai dengan ketentuan usia dari panitia untuk dijadikan duta bahasa di provinsi Jambi. Konsep akun bertujuan untuk memperkenalkan duta bahasa terpilih di setiap tahunnya, kegiatan yang telah dilakukan duta bahasa untuk menyebarluaskan informasi seputar kebahasaan. Selanjutnya akun ini memberikan informasi mengenai perlombaan atau ajang lainnya yang diadakan oleh kantor bahasa provinsi Jambi. Beberapa kegiatan yang terdapat pada sorotan dan postingan mulai dari terpilihnya duta di setiap tahunnya, warta dubas yaitu berita yang memuat mengenai kegiatan dubas yang berjalan, tapak tilas, kegiatan saat bertugas dari duta bahasa,



literasi yang berisikan tanya jawab dan kuis, dubas pelajar, informasi mengenai kata baku, dan kegiatan yang akan dijalankan untuk penyebaran informasi kegiatannya. Akun ini diikuti sebanyak 9.299 dengan total postingan 1.481 dan mengikuti 393 akun. Kreator juga memiliki ragam warna dalam postingannya. Unggahan disusun dengan ragam warna yang sama sehingga membuat keragaman. Duta bahasa provinsi Jambi juga sering melakukan siaran langsung dan membahas seputar kebahasaan. Kreativitas yang dimiliki kreator duta bahasa memiliki tingkat konsisten untuk menghadirkan kegiatan yang menarik untuk tonton oleh pengikutnya. Akun ini juga tidak dikunci sehingga dapat dilihat oleh siapa saja, sehingga tidak ada batasan.

4. Himpunan Mahasiswa Bahasa Indonesia Universitas Jambi

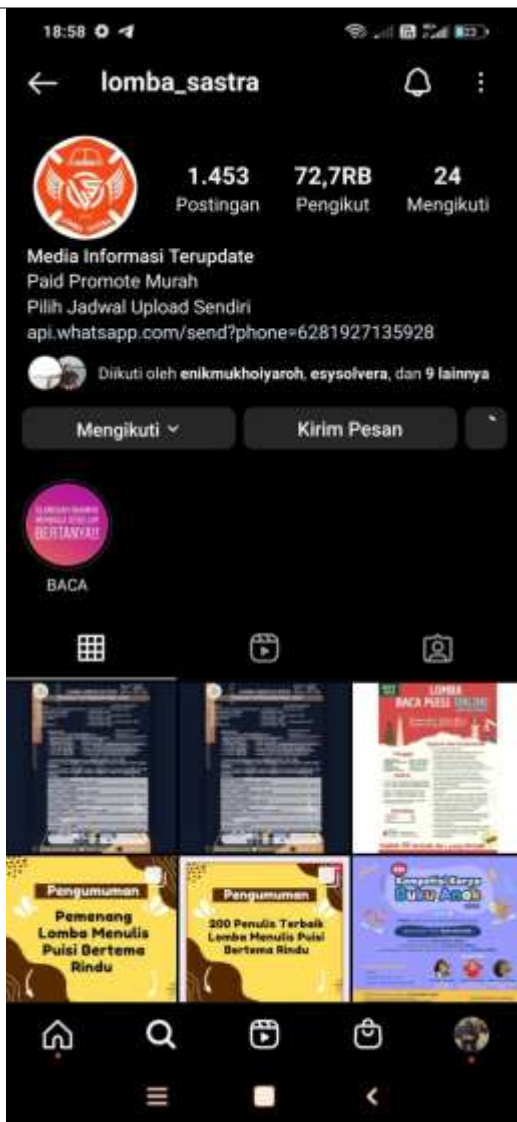
Akun selanjutnya datang dari himpunan mahasiswa bahasa Indonesia Universitas Jambi. Dari namanya dapat terbaca bahwa akun ini merupakan akun resmi yang diperuntukkan untuk himpunan mahasiswa. Organisasi kampus yang mengangkat bidang bahasa dan sastra Indonesia. Konsep yang ditawarkan hampir sama dengan duta bahasa yang membedakannya unggahan berupa kegiatan dari himpunan ini. Selain itu juga, postingan yang diberikan kreator bagian humas memberikan kuis dan pertanyaan seputar kebahasaan, penggunaan kata konjungsi, penjelasan kata baku dan seputar kebahasaan dan bukan hanya merilis foto atau video kegiatan saja. Warna yang dipilih kreator putih dan hijau. Logo pada himabindo ini berwarna



hijau. Adapun beberapa sorotan akun ini dimulai dari divisi yang ada dalam hima. Mulai dari minat dan bakat, pemberdayaan sumber daya manusia, sosial dan masyarakat, riset dan teknologi, media dan informasi, dan keagamaan. Selanjutnya, sosrotan jumat berkah, sastra digital yang menyebarkan karya kebahasaan baik berupa puisi dan cerpen hasil mahasiswa bahasa dan sastra Indonesia, tip dan trik berisikan informasi kebahasaan mengenai kata pemerinci, dan cara penulisan judul, semarak sastra mengenai perlombaan kebahasaan yang diadakan, riset edukasi berisikan kata baku. Akun ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 1.555 dengan postingan 591 dan akun yang diikuti balik sebanyak 272. Kreativitas yang menarik diangkat oleh himpunan mahasiswa sehingga dapat menyebarkan kegiatan kebahasaan oleh mahasiswa pendidikan bahasa dan sastra Indonesia dan menyampaikan informasi secara luas melalui media sosial instagram.

## 5. Lomba Sastra

Akun terakhir yang akan dianalisis hadir dari lomba sastra. Dari namanya sudah dapat tergambar bahwa akun ini menyebarkan informasi bahasa dan sastra Indonesia yang terfokus pada kegiatan perlombaan yang ada. Kebutuhan informasi ini tentu berdasarkan indikator kebermanfaatannya sehingga masyarakat luas dapat memperoleh informasi seputar perlombaan kebahasaan dengan mudah. Akun ini sudah memiliki pengikut sebanyak 72,7 RB, dengan total postingan 1.453, dan mengikuti balik akun sebanyak 24. Selanjutnya konsep yang ditawarkan dalam akun ini tidak ada pemilihan warna yang tetap karena memang tujuan akun ini untuk menginformasikan kegiatan perlombaan yang akan dilaksanakan



terkhusus bidang bahasa dan sastra Indonesia dari seluruh Indonesia. Dilihat dari fungsi media sosial akun ini lebih ke arah pemanfaatan akun untuk komersial. Namun, tidak ada salahnya dan kreator sangat cepat untuk menginformasikan mengenai perlombaan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini dapat disimpulkan dari setiap konten kreator memiliki kreativitas yang unik dan menarik dari program yang dibuat. Selain itu, memiliki ciri khas yang berbeda dari setiap akun yang dianalisis. Semua akun memiliki konten edukasi kebahasaan dengan diberikan nama-nama yang menarik sehingga masyarakat luas dapat dengan mudah ingin mengetahuinya. Selain itu, setiap akun melibatkan konsep teori belajar yaitu kreator memberikan stimulus dalam bentuk postingan yang diunggah dan didapatkan respon dengan memberikan tanda menyukai pada postingan dan komentar yang baik. Lima akun yang diangkat dalam penelitian ini dimulai dari akun badan bahasa, narabahasa, duta bahasa, himabindo universitas Jambi, dan lomba sastra. Semua akun yang dianalisis memenuhi indikator penelitian ini yaitu adanya kebaruan dan kebermanfaatannya. Namun, tidak semua akun memiliki kedua indikator. Dari lima akun dua akun memenuhi kedua indikator yaitu akun badan bahasa, dan narabahasa. Sedangkan tiga akun selanjutnya memenuhi indikator kebermanfaatannya yang menyebarluaskan informasi, edukasi seputar kebahasaan khususnya pada bahasa dan sastra Indonesia. Adanya media sosial yang memberikan konten edukasi juga dapat memudahkan untuk menginformasikan kepada publik mengenai penggunaan bahasa Indonesia serta cara dalam pembelajarannya. Kreativitas konten edukasi juga dimiliki masing-masing konten kreator yang



memberikan warna dan cara untuk mempertahankan para pengikutnya. Terbukti akun-akun yang diteliti memiliki ribuan pengikut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Jasa Internet Indonesia. Mei 2019. *Laporan Survei Penetrasi dan Profil Pengguna Internet Indonesia 2018*. Edisi 40, p. 1.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). 2005. Jakarta: PT Penerbitan dan Percetakan
- Kemp, S. 2020. *Digital 2020: Indonesia*. Singapore: Datareportal
- Kirk, J. & Miller, M. L., 1986. *Reliability and Validity in Qualitative Research*, Beverly Hills, CA, Sage Publications.
- Kurnia, N., & Astuti, S. I. 2017. *Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia: Studi tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran, dan Mitra*. *Kajian Ilmu Komunikasi*, 149-166
- Haerul & Yusrina. 2021. *Kreativitas Konten Edukasi Bahasa dan Sastra Indonesia di Media Sosial*. *Riksa Bahasa XV* 27 November 2021. e-ISSN: 2655-1780. P-ISSN: 2654-8534.
- Indrajit, Eko. 2020. *Literasi Digital Nusantara*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- MY. Kamhar., & E. Lestari. 2019. *Pemanfaatan Sosial Media YouTube sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia di Perguruan Tinggi*. *INTELIGENSI: Jurnal Ilmu Pendidikan*. Diterbitkan UNITRI PRESS. Vol.1 (2) Bulan Juni Tahun 2019
- M. Sasmito. 2015. *Pemanfaatan Media Sosial Facebook untuk Media Pembelajaran Bahasa Indonesia*. *Jurnal Media Aplikom*. Vol.4 (4) Desember 2015. ISSN: 2086-972X
- Y. Rachmawati., & Euis, K. 2005. *Strategi Pengembangan Kreativitas pada Anak Usia Taman Kanak-kanak*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional