

ANALISIS STRATEGI KREATIF KONTEN INSTAGRAM @ajengaja SEBAGAI MEDIA EDUKASI BAHASA JAWA

Anis Dyah Pramesti

Program Studi Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email : anisdyahpramesti1003@gmail.com

ABSTRAK

Instagram merupakan media yang efektif dalam membagikan konten visual sekaligus membangun interaksi dengan audiens, serta berperan penting dalam mendukung strategi kreatif di era digital. Akun @ajengaja memanfaatkan platform ini sebagai sarana penyampaian edukasi bahasa Jawa melalui konten yang dikemas secara menarik dan interaktif. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi kreatif konten Instagram @ajengaja sebagai media edukasi bahasa Jawa. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif yang diterapkan mencakup empat tahapan utama, yaitu: *Creative Brief*, berupa perumusan ide dan konsep konten berdasarkan fenomena sekitar; *Message Objective*, yang menekankan tujuan edukatif untuk mendorong pemahaman serta pelestarian bahasa Jawa; *Targeting*, melalui penentuan segmentasi audiens dan penyesuaian gaya komunikasi agar lebih relevan; serta *Branding*, yang dibangun melalui identitas pengelola sebagai “mbak Jawa,” konsistensi tema konten, serta kolaborasi dan personal branding untuk memperkuat kredibilitas. Keempat tahapan ini secara terintegrasi membantu akun @ajengaja dalam menghadirkan konten yang konsisten, relevan, dan berperan sebagai media edukasi bahasa Jawa di ranah digital.

Kata Kunci : Strategi Kreatif, Konten Edukasi, Instagram

**ANALYSIS OF CREATIVE STRATEGY OF INSTAGRAM CONTENT
@ajengaja AS A JAVANESE LANGUAGE EDUCATION MEDIA**

Anis Dyah Pramesti

Communication and Multimedia Science Study Program

Mercu Buana University Yogyakarta

Email : anisdyahpramesti1003@gmail.com

ABSTRACT

Instagram is an effective medium for sharing visual content while building interaction with audiences, and it plays a crucial role in supporting creative strategies in the digital era. The @ajengaja account utilizes this platform as a channel for Javanese language education through engaging and interactive content. This study aims to analyze the creative content strategy of the @ajengaja Instagram account as a medium for Javanese language education. The research employs a descriptive qualitative method with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The findings reveal that the creative strategy consists of four main stages: Creative Brief, involving the formulation of ideas and content concepts based on surrounding phenomena; Message Objective, emphasizing educational goals to encourage understanding and preservation of the Javanese language; Targeting, through audience segmentation and adjustment of communication styles to ensure relevance; and Branding, developed through the manager's identity as "mbak Jawa," consistency in content themes, and the use of collaborations and personal branding to strengthen credibility. These four stages work in an integrated manner to help @ajengaja present consistent and relevant content, thereby establishing itself as a digital medium for Javanese language education.

Keywords : *Creative Strategy, Educational Content, Instagram*