

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bahasa daerah menjadi bagian penting dari warisan budaya yang mencerminkan peradaban, seni, dan kehidupan masyarakat suatu bangsa. Selain sebagai alat komunikasi, bahasa daerah juga menjadi simbol identitas yang diwariskan secara turun-temurun, baik secara lisan maupun tertulis. Di Indonesia sendiri dikenal dengan kekayaan bahasa daerah yang sangat beragam dan bernilai tinggi. Bahasa Jawa merupakan salah satu bahasa daerah terbesar di Indonesia, namun eksistensinya kini menghadapi tantangan serius. Menurut KBRN Semarang, jumlah penutur bahasa Jawa mengalami penurunan signifikan dari sekitar 84 juta orang pada tahun 2000 menjadi 68 juta orang pada tahun 2015. Bahkan dalam lingkungan masyarakat Jawa sendiri, terutama di kalangan generasi muda, penggunaan bahasa Jawa halus seperti krama semakin jarang ditemukan. Penurunan ini tidak hanya karena kuantitas saja, melainkan juga mencerminkan adanya pergeseran nilai dan kebiasaan linguistik di tengah masyarakat yang semakin mengadopsi bahasa Indonesia maupun bahasa asing dalam komunikasi sehari-hari. Hal ini, kemudian mendorong para kreator maupun influencer untuk menuangkan ide-ide kreatifnya untuk mempertahankan eksistensi bahasa Jawa. Salah satu bentuk upaya yang dianggap efektif adalah melalui pemanfaatan media sosial oleh para influencer, seperti yang dilakukan oleh komedian Dono Pradana dengan konten “Jawa, Jawa, Jawa”, menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang potensial untuk menghidupkan kembali semangat berbahasa Jawa.¹ Dengan gaya jenaka dan edukatif, konten tersebut terbukti lebih mampu menjangkau generasi muda karena disajikan dalam format yang sesuai dengan kebiasaan konsumsi informasi digital audiens.

¹ Sutono, “Penutur Bahasa Jawa Berkurang, Influencer Bisa Jadi Solusi,” Radio Republik Indonesia (RRI), 2024, <https://www.rri.co.id/lain-lain/797686/penutur-bahasa-jawa-berkurang-influencer-bisa-jadi-solusi>.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini semakin memudahkan individu untuk mengakses informasi melalui beberapa jenis media sosial, bahkan setiap pengguna dapat membuat dan menyebarkan informasi itu sendiri. Sehingga internet memiliki dampak positif dalam berbagai bidang, antara lain yaitu industri kreatif. Salah satu media yang mempunyai skala jaringan luas dan cepat adalah media sosial. Media sosial didefinisikan sebagai medium di internet yang menjadikan seseorang mengekspresikan dirinya, berbagi informasi, berkomunikasi, maupun berinteraksi dengan pengguna lain dalam ruang virtual.² Media sosial dinilai cukup efektif dalam menyebarkan maupun memperoleh informasi, oleh karena itu setiap pengguna media sosial mampu berkomunikasi secara terbuka dengan pengguna lain. Dan dapat diketahui saat ini mayoritas masyarakat menjadi pengguna tetap media sosial serta menggunakannya sebagai sarana informasi, edukasi, maupun komunikasi.

Salah satu media sosial yang cukup familiar di kalangan masyarakat dan sering digunakan yaitu Instagram. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang dibentuk oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom. Aplikasi ini menjadi platform terbesar yang membebaskan penggunanya untuk berbagi konten foto, audio, video, maupun hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan. Konten-konten yang disajikan dapat berdampak pada beberapa aspek yaitu budaya modern, kehidupan, media edukasi, maupun gaya hidup seseorang. Instagram dilengkapi dengan berbagai fitur yang membantu penggunanya untuk menggunakan aplikasi Instagram, seperti para pengguna dapat membagikan cerita sementara selama 24 jam sesuai pilihannya, fitur live, feed yaitu fitur video pendek seperti tiktok, dan mereka juga dapat membuat ataupun memposting video dengan durasi panjang seperti Instagram TV.³

Kesuksesan sebuah akun edukasi di media sosial Instagram tidak hanya bergantung pada isi kontennya, namun juga dari strategi yang digunakan dalam menyajikan, mengemas, serta menyebarkanluaskannya. Bahkan konten yang informatif belum tentu dapat menarik minat audiens jika tidak dikemas secara kreatif serta sesuai

² Yuni Kartini. (2020)., *Media Sosial Dan Produktivitas Kerja Generasi Milenial* (Guepedia, n.d.), <https://books.google.co.id/books?id=TjBMEAAAQBAJ>. Hal 25.

³ Matern, J. *Instagram* (ABDO, 2016).

dengan preferensi pengikutnya, karena semakin menarik dan mudah dipahami konten yang disajikan, maka meningkat juga ketertarikan serta interaksi audiens terhadap konten tersebut. Selain itu, konsistensi dalam mengupload konten dan pemilihan topik yang relevan dengan kebutuhan audiens dapat menciptakan daya tarik yang lebih besar. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan fitur interaktif di Instagram yaitu polling maupun live streaming guna meningkatkan hubungan dengan para pengikutnya. Disinilah pentingnya strategi kreatif dalam pengelolaan konten media sosial, khususnya Instagram. Strategi kreatif adalah suatu pendekatan perencanaan komunikasi yang melibatkan kreativitas dalam pengembangan ide maupun konsep konten yang menarik, pemilihan pesan yang sesuai dengan karakteristik media serta preferensi pengguna, hingga menentukan gaya visual dan audio yang komunikatif. Dalam konteks Instagram, strategi kreatif meliputi beberapa aspek, mulai dari pemilihan gaya visual yang konsisten, penggunaan bahasa yang ringan serta sesuai dengan target audiens, bahkan pemanfaatan fitur-fitur interaktif seperti polling, live streaming, dan question box. Dengan menerapkan strategi kreatif yang tepat, konten edukasi akan lebih mudah dipahami, diminati, serta dapat menjangkau audiens secara optimal.

Konten seringkali diartikan sebagai segala bentuk informasi yang disajikan melalui media, seperti media digital ataupun non-digital untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Dengan hadirnya media digital, konten tidak hanya sekedar informasi biasa, namun juga harus bisa memuat berbagai informasi, mulai dari edukasi, hiburan, inspirasi, dan lainnya. Semesntara itu, konten edukasi merupakan konten yang diciptakan atau dibuat dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada audiens dalam suatu bidang tertentu. Penyampaian informasinya memanfaatkan berbagai format seperti teks, video, gambar, hingga audio, hal ini juga disesuaikan dengan karakteristik dari media dan kebutuhan audiens.

Seiring dengan perubahan pola konsumsi informasi, kini konten edukasi tidak hanya dilakukan melalui ruang formal seperti sekolah maupun lembaga pendidikan saja, melainkan juga berkembang secara luas pada platform media sosial. Instagram menjadi media yang efektif dalam menyampaikan konten edukasi secara kreatif,

ringan, serta mudah diakses, khususnya bagi setiap individu yang menjadi pengguna aktif media sosial Instagram. Salah satu bentuk konten edukasi yang harus dikembangkan melalui media sosial yaitu konten edukasi bahasa ataupun budaya lokal, seperti bahasa Jawa. Bahasa Jawa disebut sebagai bahasa daerah terbesar di Indonesia dengan jumlah penutur yang cukup luas, terutama di wilayah Jawa Tengah, Yogyakarta, serta Jawa Timur. Selain itu, bahasa Jawa juga mempunyai nilai historis, budaya, dan norma sosial yang tinggi.

Akun Instagram @ajengaja memperlihatkan bagaimana platform media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi, terutama dalam pembelajaran serta pelestarian bahasa Jawa. Instagram @ajengaja menyajikan berbagai konten edukasi yang berfokus pada penggunaan bahasa Jawa dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari kata ungkapan, kosakata, parikan, bahkan tata bahasa yang dikemas secara menarik. Akun Instagram @ajengaja yang dikelola oleh Saviera Zulykha Ajeng ini mulai aktif di Instagram sejak Juni 2018, namun untuk konten edukasi bahasa Jawa baru dibuat pada tahun 2023 dengan konten pertamanya mengenai parikan bahasa Jawa yang menarik untuk ABG. Keinginan dari pengelola untuk menampilkan *personal branding* dirinya sebagai perempuan Jawa atau mbak Jawa yang bangga terhadap budaya serta bahasa daerahnya, menunjukkan bahwa perempuan Jawa juga dapat tampil modern tanpa kehilangan akar budaya yang melekat. Hal ini diwujudkan melalui konten-konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai kebahasaan serta budaya Jawa yang dikemas dengan gaya kekinian.

Di era globalisasi, banyak masyarakat yang mulai beralih menggunakan bahasa Indonesia bahkan bahasa asing dalam komunikasi sehari-hari, sementara penggunaan bahasa daerah seperti bahasa Jawa mulai ditinggalkan. Padahal, bahasa Jawa tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga memuat nilai budaya, sopan santun, serta identitas sosial masyarakat Jawa. Melalui konten yang kreatif dan edukasi pengelola berusaha mengedukasi sekaligus mendorong masyarakat untuk membiasakan diri menggunakan bahasa Jawa, terutama di ruang digital seperti media sosial Instagram.

Hingga saat ini sudah terhitung sekitar 50 konten lebih yang dibuat serta disajikan kepada para pengikutnya. Terlepas dari banyaknya konten edukasi bahasa

Jawa yang dibuat, Saviera Ajeng sebagai pengelola akun tersebut tentunya terus mengembangkan konten-konten edukasi bahasa Jawa yang menarik serta interaktif. Namun, seiring kemajuan zaman dan globalisasi, penggunaan bahasa Jawa dalam kehidupan sehari-hari mulai berkurang di kalangan masyarakat, salah satunya dapat dibuktikan dari respon maupun interaksi pengikut akun Instagram @ajengaja yang kurang aktif dalam menanggapi konten edukasi bahasa Jawa. Sehingga strategi kreatif yang digunakan dalam penyampaian konten menjadi bagian terpenting guna menarik minat masyarakat untuk mempelajari, bahkan menggunakan bahasa Jawa, selain itu juga bermanfaat dalam menentukan efektivitas penyebaran informasi, serta ketertarikan audiens terhadap konten tersebut.

Edukasi yang disampaikan melalui konten bahasa Jawa, tidak selalu berbentuk pembelajaran formal seperti di sekolah, melainkan dikemas secara santai dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kontennya tidak hanya membahas bahasa Jawa secara langsung, tetapi juga menampilkan topik lain yang masih berkaitan dengan budaya Jawa, seperti tradisi, kesenian, atau alat musik tradisional. Semua dikombinasikan dengan gaya humor dan penyampaian ringan agar mudah dipahami. Pendekatan seperti ini membuat proses belajar terasa menyenangkan, sekaligus mengajak audiens untuk mengenal dan mencintai bahasa serta budaya Jawa melalui cara yang sederhana dan kreatif. Melalui strategi tersebut, edukasi yang dilakukan menjadi lebih fleksibel karena memadukan unsur pengetahuan bahasa dengan hiburan serta pengenalan budaya. Penyampaian yang nonformal juga membuat pesan edukatif lebih mudah diterima oleh generasi muda yang lebih akrab dengan gaya komunikasi di media sosial. Sehingga, konten yang dibuat tidak hanya berfokus pada pembelajaran bahasa, tetapi juga mengajak audiens untuk mengenal dan mencintai budaya Jawa melalui cara yang sederhana, kreatif, serta menyenangkan.

Strategi kreatif menjadi bagian penting dalam keberhasilan penyampaian konten melalui media sosial, khususnya Instagram. Menurut Moriarty, Mitchell, dan Wells, strategi kreatif diartikan sebagai perpaduan antara seni dan ilmu yang terarah dalam dunia periklanan. Keberhasilan ide komunikasi memerlukan sebuah kreativitas (baru, asli, berbeda, serta tidak terduga) dan strategis (relevan dengan produk, sesuai target

audiens, serta mendukung tujuan yang ingin dicapai). Munculnya kreativitas bukan hanya untuk menemukan ide yang benar-benar baru, melainkan lebih kepada bagaimana ide tersebut bisa menjadi solusi atas masalah komunikasi dengan cara yang orisinal.⁴ Strategi ini meliputi, pengembangan ide, pemilihan format konten, gaya visual, penggunaan bahasa, hingga pemanfaatan fitur platform yang sesuai dengan karakter audiens.

Pemilihan akun Instagram @ajengaja sebagai objek penelitian didasarkan pada permasalahan yang muncul mengenai rendahnya ketertarikan masyarakat untuk mempelajari maupun menggunakan bahasa Jawa dalam kehidupan sehari-hari, baik di lingkungan keluarga, pendidikan, maupun pergaulan. Hal ini juga terlihat dari kurangnya interaksi para pengikut akun Instagram @ajengaja dalam postingan konten edukasi bahasa Jawa yang diunggah, walaupun konten yang dibuat sudah menarik serta sesuai gaya konten modern di zaman sekarang. Namun, minimnya partisipasi serta respons dari audiens dalam memberikan like, komentar, maupun berbagi konten, membuktikan bahwa masih terdapat tantangan dalam menarik perhatian serta menumbuhkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya edukasi ataupun pembelajaran bahasa Jawa.

Di sisi lain, fokus utama dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana strategi kreatif yang digunakan dalam pembuatan, penyampaian, maupun pengelolaan konten pada akun @ajengaja sebagai media edukasi bahasa Jawa serta faktor apa saja yang mempengaruhi kurangnya interaksi masyarakat, khususnya para pengikut akun Instagram @ajengaja terhadap konten yang diunggahnya. Dengan mengidentifikasi pendekatan yang diterapkan dalam pembuatan konten dan menganalisis teknik penyampaian informasi mengenai pembelajaran bahasa Jawa yang paling efektif guna meningkatkan keterlibatan serta menarik minat audiens. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang bagaimana media sosial Instagram dapat digunakan secara optimal untuk tujuan edukasi serta meningkatkan keterlibatan audiens dalam upaya pelestarian bahasa Jawa di era digital.

⁴ Sandra E.. Moriarty, Nancy. Mitchell, and William. Wells, *Advertising & IMC : Principles & Practice*, Pearson Ed (USA: Pearson, 2015). Hal 242.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalahnya adalah : “ Bagaimana strategi kreatif konten Instagram @ajengaja sebagai media edukasi bahasa Jawa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kreatif konten Instagram @ajengaja sebagai media edukasi bahasa Jawa.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan melalui analisis strategi kreatif konten pada akun Instagram @ajengaja sebagai media edukasi bahasa Jawa, penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama komunikasi digital untuk memahami bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai sarana edukasi yang menarik dan efektif di era digital, khususnya dalam konteks pelestarian bahasa daerah. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang tertarik serta ingin meneliti lebih lanjut mengenai “Analisis Strategi Kreatif Konten Instagram @ajengaja Sebagai Media Edukasi bahasa Jawa”.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu followers akun Instagram @ajengaja dalam memahami cara yang efektif untuk memanfaatkan Instagram sebagai sarana belajar bahasa Jawa melalui metode yang menarik serta modern.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi kreator lain yang ingin mengembangkan strategi kreatif konten edukasi, terutama dalam pelestarian serta pembelajaran bahasa Jawa melalui media sosial Instagram.
3. Hasil analisis ini dapat membantu pengelola akun Instagram @ajengaja

dalam menerapkan strategi kreatif konten edukasi yang lebih efektif untuk meningkatkan interaksi dengan para pengikutnya melalui konten-konten edukasi bahasa Jawa yang diunggah.

4. Hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas informasi mengenai bahasa Jawa, melalui penerapan pembuatan konten pada akun Instagram @ajengaja yang berisikan postingan edukasi bahasa Jawa.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan perspektif fundamental mengenai apa yang menjadi inti permasalahan dalam ilmu pengetahuan. Paradigma membantu merumuskan apa yang seharusnya diamati, mulai dari berbagai pertanyaan yang mesti dijawab, mempertimbangkan pertanyaan yang akan diajukan, serta ketentuan apa saja yang mesti diikuti untuk mengartikan jawaban yang didapatkan. Paradigma didefinisikan sebagai suatu kesepakatan dalam bidang ilmu pengetahuan yang berfungsi untuk membedakan instrumen yang digunakan oleh satu kelompok ilmuwan dengan kelompok ilmuwan lainnya. Selain itu, paradigma juga berperan dalam mengklasifikasikan mendefinisikan, serta menghubungkan berbagai teori, metode, dan instrumen yang ada di dalamnya.⁵

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme melalui pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis strategi kreatif konten Instagram @ajengaja sebagai media edukasi bahasa Jawa, dimana informasi yang didapatkan akan menyajikan kesimpulan berupa data yang terperinci dan bukan berbentuk angka. Paradigma konstruktivisme mengamati ilmu sosial sebagai analisis sistematis mengenai socially meaningful action berdasarkan observasi langsung serta terperinci terhadap individu ataupun kelompok yang bersangkutan guna menjaga serta mengelola dunia sosialnya.⁶ Sedangkan Nazir menjelaskan

⁵ M Pauzi, *Paradigma Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Pt Arr Rad Pratama, 2024), <https://books.google.co.id/books?id=pDeWEQAAQBAJ>. Hal 1-2.

⁶ M Umanilo, "Paradigma Konstruktivis," *Paradigma* 75 (2003).

bahwa metode deskriptif berkesinambungan merupakan jenis penelitian deskriptif yang dilakukan secara berkelanjutan terhadap objek yang diteliti.⁷ Oleh karena itu, penelitian yang menggunakan metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakter, fakta, dan hubungan fenomena yang menjadi topik penelitian secara sistematis, akurat, serta aktual.

Dengan demikian, fokus utama dari paradigma ini yaitu bagaimana individu maupun kelompok menciptakan makna terhadap suatu fenomena berdasarkan pengalaman serta interaksi sosial mereka. Sehingga, paradigma konstruktivisme dinilai relevan dengan penelitian ini karena strategi kreatif konten Instagram @ajengaja dipahami melalui sudut pandang kreator serta audiens dalam menciptakan pemahaman mengenai bahasa Jawa sebagai media edukasi.

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan disisi lain penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik itu berbentuk kata-kata lisan ataupun tertulis dari individu maupun perilaku yang diteliti. Melalui metode deskriptif kualitatif, peneliti menganalisis semua aspek fenomena yang diamati secara langsung, baik itu dalam bentuk wawancara, foto, video, maupun catatan pribadi, sehingga mendapatkan gambaran maupun informasi secara mendalam mengenai situasi yang sebenarnya.⁸

Pendekatan deskriptif kualitatif dapat membantu peneliti dalam menggambarkan serta menganalisis strategi kreatif konten Instagram @ajengaja secara mendalam tanpa menggunakan data kuantitatif maupun statistik. Selain itu, memungkinkan peneliti untuk memahami model maupun teknik dari pembuatan konten tersebut, melalui observasi serta wawancara langsung dengan pengelola akun Instagram @ajengaja. Oleh karena itu, alasan penggunaan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk memungkinkan terjadinya pendekatan yang dilakukan peneliti kepada informan guna memperoleh fakta yang sebenarnya

⁷ F W Roosinda et al., *Metode Penelitian Kualitatif* (Zahir Publishing, n.d.). Hal 31.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013). Hal 7-9.

terjadi serta data yang sesuai dengan fokus masalah penelitian. Sehingga peneliti dapat mendeskripsikan kondisi sesungguhnya mengenai strategi kreatif konten yang digunakan oleh akun Instagram @ajengaja dalam membuat konten edukasi bahasa Jawa.

1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini melibatkan individu maupun kelompok yang dijadikan sebagai fokus utama dalam suatu studi ilmiah. Penetapan subjek penelitian dilakukan dengan mempertimbangkan keterkaitan serta relevansi dari rumusan masalah yang diteliti, maka informasi ataupun data yang diperoleh mampu memberikan pemahaman yang mendalam sesuai kondisi dilapangan. Subjek penelitian juga diartikan sebagai suatu individu, instansi, maupun fenomena yang memiliki karakteristik atau nilai tertentu serta sesuai dengan variabel yang dikaji guna memperoleh kesimpulan.⁹ Sehingga kriteria yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari (1) Individu yang terlibat langsung dalam pengelolaan akun Instagram @ajengaja dan akun @aji.zamzami, (2) Individu yang bertanggung jawab dalam perancangan maupun pembuatan konten di Instagram dan analisis efektivitas media sosial, (3) Individu yang mempunyai pemahaman mengenai strategi kreatif dalam produksi konten di media sosial, khususnya Instagram, (4) Individu yang memahami serta mengetahui postingan konten di Instagram @ajengaja dan @aji.zamzami, kemudian ke (5) Individu yang bersedia memberikan informasi kepada peneliti.

Berdasarkan beberapa kriteria yang digunakan dalam penelitian ini, subjek yang dipilih bersumber dari informan terpercaya guna memperoleh informasi secara tepat serta relevan dengan objek penelitian. Oleh karena itu, subjek penelitiannya adalah Saviera Zulykha Ajeng selaku pengelola akun

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013). Hal 215.

Instagram @ajengaja dan Aji Zamzami selaku konten kreator di media sosial Instagram.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan pada media sosial Instagram @ajengaja sebagai media edukasi Bahasa Jawa. Selain itu, fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami serta mengetahui bagaimana strategi kreatif yang digunakan oleh pengelola akun Instagram @ajengaja dalam pembuatan konten edukasi bahasa Jawa.

1.6 Jenis Data

1. Data Primer

Data primer merupakan suatu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, dengan tujuan untuk menambah informasi mengenai persoalan yang sedang diteliti dan data yang diperoleh lebih akurat serta mendalam. Sehingga sumber data primer ini diperoleh melalui wawancara langsung kepada kedua narasumber yaitu Saviera Zulykha Ajeng selaku pengelola akun Instagram @ajengaja dan Aji Zamzami selaku konten kreator di media sosial Instagram.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan secara tidak langsung, baik itu melalui media sosial, seperti dokumen. Data sekunder dari penelitian ini bersumber dari buku referensi, jurnal, skripsi penelitian terdahulu yang serupa, dan internet sebagai data pelengkap untuk menambah data peneliti.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik yang terencana sehingga memperoleh data yang akurat serta terperinci, hal ini mencakup wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang hanya dilakukan oleh dua orang,

dimana mereka berperan menjadi interviewer (pewawancara) dan interviewee (orang yang diwawancarai), dengan tujuan untuk mencari serta memperoleh informasi sebagai suatu tujuan tertentu.¹⁰ Dalam penelitian kualitatif, teknik wawancara menjadi pokok utama dalam pengumpulan data yang memiliki beberapa jenis wawancara, seperti wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, serta wawancara tidak terstruktur.¹¹ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara tersebut umumnya bersifat fleksibel sehingga pewawancara dapat memberikan pertanyaan secara terbuka, tetapi harus sesuai dengan tema, topik, tujuan penelitian, serta didasarkan pada sudut pandang subjek.¹²

Dengan demikian, wawancara ini dilakukan kepada informan atau narasumber yang mempunyai pemahaman terhadap suatu permasalahan yang akan diteliti, sehingga tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh data maupun informasi secara akurat mengenai bagaimana strategi kreatif konten Instagram @ajengaja sebagai media edukasi bahasa Jawa.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara terstruktur serta terarah untuk mengamati maupun mencatat serangkaian perilaku atau proses suatu sistem dengan tujuan tertentu, serta mengungkap hal-hal yang mendasari munculnya perilaku tersebut.¹³ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi tak berstruktur karena fokus penelitiannya dapat berkembang dan berubah seiring waktu selama proses pengumpulan data berlangsung, hal ini mengingat sifat konten di media sosial yang cenderung mengalami pembaruan. Observasi tak berstruktur memungkinkan peneliti untuk mengamati secara fleksibel berbagai strategi kreatif yang diterapkan oleh pengelola akun @ajengaja dalam pembuatan serta penyampaian pesan edukatif mengenai bahasa Jawa.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D*, Alfabeta, (Bandung: Alfabeta, 2013). Hal 231.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

¹² Ibid.,

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik yang diterapkan untuk mendapatkan data serta informasi dalam bentuk buku, dokumen, arsip, angka, tulisan, bahkan gambar yang berupa laporan maupun keterangan yang mampu mendukung penelitian.¹⁴ Pada penelitian ini teknik dokumentasi dilakukan dengan mengamati postingan akun Instagram @ajengaja, seperti foto, video, caption, reels, serta elemen visual lainnya. Konten-konten tersebut menjadi sumber data yang penting dalam mengidentifikasi bentuk strategi kreatif yang digunakan oleh pengelola akun.

1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan secara terbuka, berdasarkan pertanyaan serta analisis informasi yang diberikan kepada narasumber atau informan pada saat wawancara.¹⁵ Melalui teknik ini, peneliti dapat lebih mudah menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Analisis data kualitatif digunakan ketika data yang terkumpul berbentuk kualitatif, seperti kata-kata, kalimat, maupun narasi yang diperoleh melalui wawancara, observasi, diskusi, maupun dokumen. Data tersebut kemudian dikelompokkan kedalam bagian-bagian tertentu. Setelah proses pengelompokan, peneliti melakukan interpretasi atau pemaknaan terhadap data yang telah diklasifikasikan.¹⁶

Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini, terdiri dari :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap awal dalam proses analisis data kualitatif, dimana peneliti akan menyaring serta menyederhanakan data yang telah dikumpulkan, baik itu dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian akan dipisahkan, sementara data yang penting akan dipilih, dikelompokkan, dicatat, dan diringkas untuk

¹⁴ Bambang Sudaryana and H R Ricky Agusiady, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Deepublish, 2022). Hal 165.

¹⁵ Adhi Kusumastuti and Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif* (Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019). Hal 127.

¹⁶ Asep Mulyana et al., *Metode Penelitian Kualitatif* (Penerbit Widina, 2024).

mempermudah penelitian. Dan proses ini bertujuan agar peneliti lebih fokus pada informasi maupun data yang mendukung rumusan masalah penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data yaitu serangkaian informasi yang berbentuk narasi deskriptif, grafik, tabel, maupun matriks yang menggambarkan hubungan antar kategori data. Dengan penyajian yang sistematis dan terstruktur, peneliti dapat lebih jelas dalam mengamati gambaran umum dari hasil penelitian, sehingga mampu menarik kesimpulan akhir berdasarkan data yang telah dianalisis.

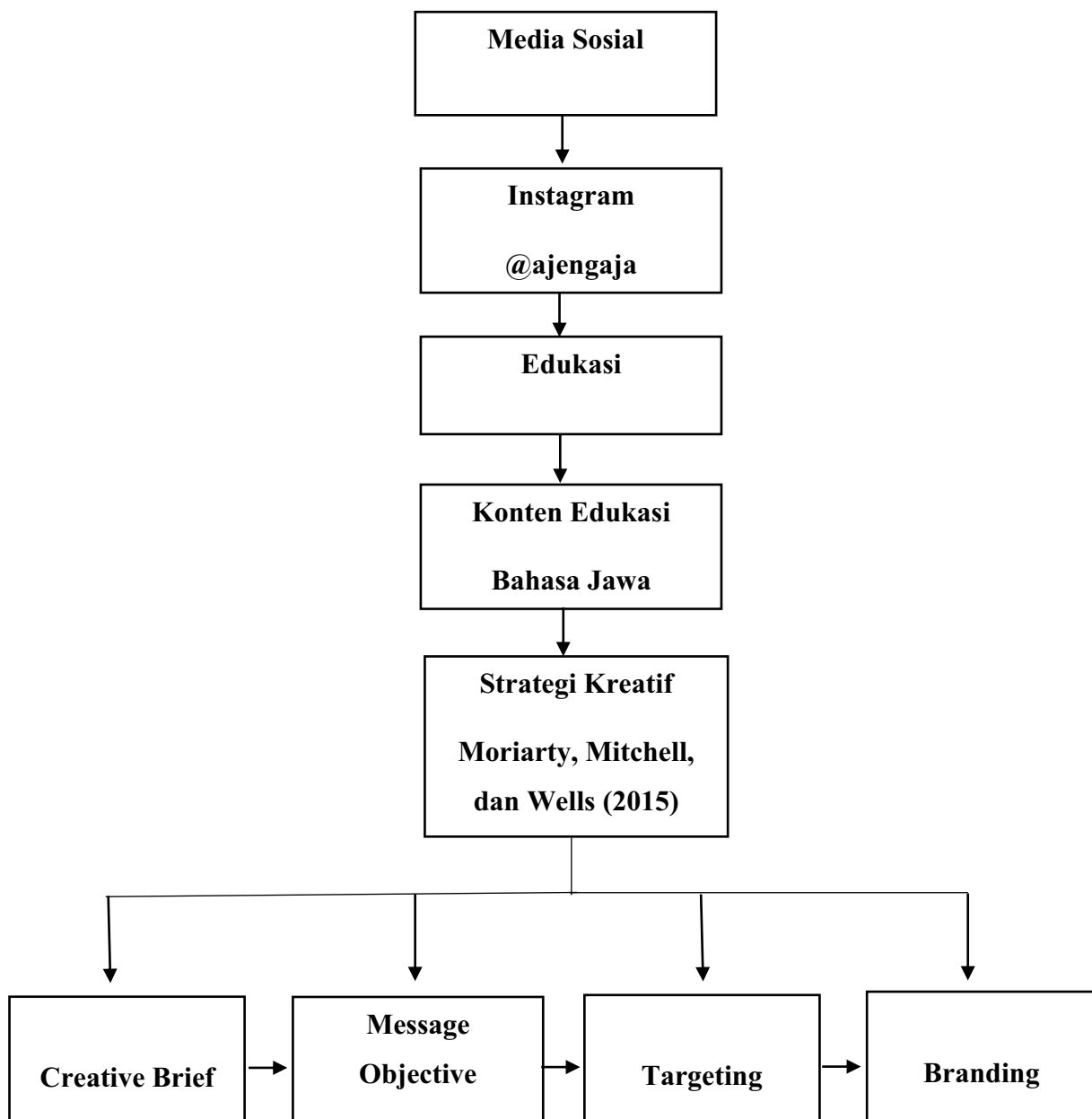
3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan ialah langkah terakhir dalam analisis data yang bertujuan untuk mendapatkan inti dari data yang telah disajikan, dikumpulkan, serta direduksi. Dalam tahap ini, informasi yang ada diolah untuk menemukan hubungan dan jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan sejak awal penelitian. Hasil dari kesimpulan ini bersifat sementara, dan dapat berubah jika ditemukan data tambahan yang lebih relevan.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep, dan Definisi Operasional

1.9.1 Kerangka Konsep

Pada penelitian ini, dasar teori yang digunakan adalah strategi kreatif yang dikemukakan oleh Moriarty, Mitchell, dan Wells. Kerangka konsep tersebut digambarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Kerangka Konsep

1.9.2 Definisi Konsep

1. Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang menjadi wadah bagi penggunanya untuk berinteraksi serta membagikan berbagai jenis konten seperti teks, foto, dan video. Selain itu, media sosial berfungsi sebagai sarana bersosialisasi secara daring, sehingga orang-orang dapat berkomunikasi dan menjalin hubungan tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu.¹⁷

Hadirnya media sosial memberikan berbagai kemudahan bagi setiap individu. Media sosial memungkinkan penggunanya untuk berbagi informasi, marketing, menyebarkan konten edukasi atau pembelajaran, dan berkomunikasi melalui ruang virtual. Dengan berbagai kemudahan ini, media sosial tidak hanya sebagai media hiburan saja, melainkan dapat dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk melakukan pekerjaan dalam beberapa bidang. Media sosial menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia, dimana hampir setiap individu mempunyai setidaknya satu akun di platform media sosial untuk berbagai keperluan, baik bersifat personal maupun profesional. Sehingga adanya sosial media menjadi kebutuhan bagi setiap individu. Hal ini terlihat dari tingginya penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, seperti untuk mencari informasi, berinteraksi dengan orang lain, mengikuti perkembangan terkini, maupun sebagai sarana pembelajaran ataupun edukasi.

2. Instagram @ajengaja

Seiring dengan perkembangan media sosial yang semakin pesat, mendorong adanya berbagai aplikasi pendukung yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan setiap penggunanya. Salah satu aplikasi yang cukup populer serta banyak digunakan yaitu Instagram. Instagram didefinisikan sebagai sebuah aplikasi media sosial yang berfokus pada gambar, video, serta

¹⁷ Baskoro, F., Wijaya, A. Y., Hozairi, H., & Asrori, M. Z. "*Media Sosial Untuk Remaja*", 2023, 89. Hal 1.

cerita singkat, dimana penggunaanya dapat membuat, mengedit, serta saling berbagi konten visual dengan pengguna lain, bahkan sejak diluncurkan pada tahun 2010, Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di seluruh dunia.¹⁸

Sehingga aplikasi ini tidak hanya difungsikan untuk sekedar berbagi foto maupun video, namun juga berkembang menjadi platform yang dimanfaatkan sebagai media edukasi dan penyebaran informasi. Selain itu, konten-konten edukatif yang dikemas dalam bentuk visual dinilai lebih mudah dipahami serta menjangkau khalayak yang lebih luas, khususnya para pengguna yang aktif di dunia digital. Hal ini menjadikan Instagram sebagai ruang alternatif dalam membangun aktivitas pembelajaran, berupa penyajian konten edukasi, salah satunya yaitu konten edukasi bahasa Jawa.

Akun Instagram @ajengaja merupakan akun yang dikelola oleh Saviera Zulykha Ajeng, seorang konten kreator Jawa yang aktif dalam memproduksi konten berbasis budaya lokal, khususnya bahasa Jawa. Akun ini pertama kali aktif di Instagram pada bulan Juni 2018, namun belum secara konsisten menghadirkan konten dengan tema edukatif. Perubahan arah konten terlihat secara signifikan pada tahun 2023, dimana Saviera Ajeng sebagai pengelola akun @ajengaja mulai fokus mengangkat tema edukasi bahasa Jawa melalui pendekatan yang kreatif dan kekinian.

Konten edukasi yang pertama kali diunggah pada tahun 2023 mengenai parikan bahasa Jawa, yaitu bentuk pantun khas Jawa yang disampaikan dengan gaya menarik. Sejak saat itu, akun ini secara rutin menyajikan berbagai konten seputar kosakata, ungkapan khas, parikan, hingga cara komunikasi atau pengucapan dalam bahasa Jawa yang dikemas secara ringan dan mudah dipahami. Penyampaian konten dilakukan dengan cara yang menyenangkan dan interaktif, sehingga dapat menarik perhatian para pengikutnya. Dan hingga saat ini, akun @ajengaja telah memproduksi lebih dari 50 konten edukasi yang tersebar di berbagai format Instagram,

¹⁸ Baskoro, F., Wijaya, A. Y., Hozairi, H., & Asrori, M. Z. “*Media Sosial Untuk Remaja*,” 2023, 89. Hal 19.

seperti feed, reels, dan stories. Akun @ajengaja memiliki jumlah pengikut yang cukup tinggi yaitu mencapai 81.500, akun ini menunjukkan bahwa edukasi bahasa Jawa masih mempunyai ruang dan minat yang cukup besar di kalangan pengguna media sosial.

3. Edukasi

Edukasi merupakan segala upaya yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain, baik individu, kelompok, maupun masyarakat untuk mencapai tujuan dari edukasi tersebut yaitu memperluas pengetahuan, penguatan kepribadian, penanaman nilai-nilai positif, serta pengembangan bakat. Disisi lain, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), edukasi juga diartikan sebagai proses pendidikan, pengajaran, maupun pelatihan.¹⁹ Hal ini dilakukan melalui proses belajar dari tidak tahu menjadi mengetahui. Proses belajar ini tidak hanya terjadi dalam lembaga formal seperti sekolah atau universitas, tetapi juga dapat dilakukan secara nonformal dan informal, termasuk melalui media massa dan media sosial. Pendidikan mempunyai fungsi yang sangat penting bagi kehidupan manusia, sudah semestinya upaya dalam pengembangan pendidikan secara sistematis dan berkualitas harus diterapkan, sehingga tujuan dari proses pendidikan dapat tercapai sepenuhnya.

Selain itu, edukasi juga mempunyai peran penting dalam membangun kesadaran serta meningkatkan kemampuan berpikir kritis setiap individu. Sehingga metode penyampaian pesan edukasi harus bisa menyesuaikan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat, terutama generasi muda yang kini cenderung lebih akrab dengan teknologi digital dan media sosial sebagai sumber informasi. Media sosial menjadi salah satu sarana edukasi nonformal yang berkembang sangat pesat dan mampu menjangkau berbagai kalangan. Keberadaan media sosial seperti Instagram telah mengubah pola komunikasi, termasuk dalam penyampaian informasi edukasi. Instagram sebagai salah satu platform visual berbasis gambar dan video pendek, yang

¹⁹ Ebta Setiawan, "Edukasi", (Kamus Besar Bahasa Indonesia, last modified, 2022), <https://kbbi.web.id/edukasi>.

memberikan ruang bagi individu atau kelompok untuk menyampaikan pesan-pesan edukasi secara menarik dan kreatif. Melalui media sosial proses edukasi memiliki jangkauan dan interaktivitas yang lebih luas, sehingga memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah antara pengelola konten dan audiens. Tidak hanya itu, penyampaian materi edukasi di media sosial juga dapat dikemas dengan berbagai bentuk seperti infografik, ilustrasi, video singkat, dan caption naratif yang memudahkan pemahaman.

Dengan demikian, edukasi dalam dunia digital bukan sekedar menyampaikan informasi, melainkan juga membangun pengalaman belajar yang menyenangkan dan mudah diakses. Edukasi mencakup tiga komponen inti yaitu pengirim pesan, materi edukatif yang disampaikan, serta audiens sebagai penerima. Kemudian adanya media sosial seperti Instagram memberikan peluang bagi individu untuk menjadi *edukator* (pengirim pesan) melalui konten yang dibuatnya. Selama konten tersebut dirancang dengan tujuan edukatif yang jelas, memperhatikan kebutuhan audiens, dan menggunakan pendekatan visual yang sesuai, maka proses edukasi dapat berlangsung secara efektif. Hal ini menjadikan Instagram sebagai platform berbasis visual, yang memungkinkan pesan-pesan edukatif dikemas secara menarik, sehingga mampu menjangkau khalayak yang lebih luas serta meningkatkan keterlibatan pengguna dalam proses belajar yang lebih fleksibel dan interaktif.

4. Konten Edukasi Bahasa Jawa

Menurut Simarmata, konten diasumsikan sebagai model, pokok, serta komponen dari pesan digital. Konten tersebut bisa berbentuk video, audio, teks, grafis, dokumen dan lainnya. Dengan kata lain, segala data atau informasi yang disajikan melalui media elektronik atau digital, disebut sebagai sebuah konten.²⁰

Selain itu, terdapat beberapa jenis konten yang dibuat oleh kreator,

²⁰ Maura Azzahra Putri, Kanti Rahayu, and Erwin Aditya Pratama, *Perlindungan Hak Cipta Terhadap Plagiasi Video Konten Tekotok Pada Aplikasi TikTok* (Penerbit NEM, 2024). Hal 34.

yaitu:²¹

a. Konten Informatif

Konten Informatif yaitu suatu konten yang disajikan untuk memberikan informasi tertentu kepada setiap pengguna di media sosial, baik Instagram, TikTok YouTube, dan lainnya. Konten tersebut biasanya berupa gambar, video, maupun tulisan.

b. Konten Edukasi

Konten edukasi adalah salah satu bentuk konten yang dibuat untuk memberikan pengetahuan, referensi, maupun pembelajaran kepada orang lain melalui berbagai platform di media sosial. Topik pembahasannya bisa mencakup berbagai hal, seperti kuliner, bahasa, budaya, dan lainnya.

c. Konten Hiburan

Konten hiburan yaitu jenis konten yang banyak digemari oleh kreator dan para penonton konten (*viewer*), karena isinya berupa konten yang menghibur, seperti komedi, meme, maupun video lucu.

d. Konten Review

Konten review seringkali disebut sebagai konten edukasi dan informatif karena jenis konten ini berisikan sebuah informasi mengenai produk, makanan, tempat wisata, dan lainnya yang disajikan kepada khalayak umum.

e. Konten Interaksi

Konten jenis ini merupakan sebuah konten yang memungkinkan individu satu dengan lainnya bisa berinteraksi melalui ruang virtual, seperti konten kuis, Q&A atau sesi tanya jawab.

Konten edukasi bahasa Jawa merupakan salah satu jenis konten yang berfokus pada penyampaian informasi atau materi pembelajaran yang bertujuan untuk mengenalkan, mengajarkan, serta melestarikan bahasa Jawa

²¹ Maura Azzahra Putri, Kanti Rahayu, and Erwin Aditya Pratama, *Perlindungan Hak Cipta Terhadap Plagiasi Video Konten Tekotok Pada Aplikasi TikTok* (Penerbit NEM, 2024). Hal 35.

kepada khalayak luas melalui media sosial, sehingga dapat diakses secara fleksibel oleh pengguna. Konten ini meliputi berbagai aspek kebahasaan seperti kosakata, ungkapan sehari-hari, tata bahasa, pelafalan, serta sastra Jawa, seperti parikan, tembang, maupun peribahasa.

Penyampaian konten edukasi bahasa Jawa di media sosial cenderung dilakukan dengan pendekatan yang ringan, interaktif, serta relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini bertujuan agar edukasi mengenai bahasa Jawa dapat diterima oleh semua kalangan, sehingga konten ini lebih mudah dipahami dan menyenangkan. Melalui bentuk visual yang menarik, penggunaan bahasa yang komunikatif, serta pemanfaatan tren media sosial, konten edukasi ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa kehilangan esensi nilai-nilai budaya yang terkandung di dalam bahasa Jawa.

Berkembangnya berbagai konten di media sosial, terutama konten edukasi bahasa Jawa, menjadi salah satu strategi yang digunakan dalam upaya pelestarian budaya lokal di tengah derasnya arus globalisasi. Media sosial menjadi wadah bagi setiap individu untuk menciptakan serta menyebarkan konten edukasi dengan berbagai jenis tema, tetapi dalam konteks ini konten edukasi yang disajikan yaitu mengenai bahasa Jawa. Oleh karena itu, implementasi edukasi bahasa Jawa melalui media sosial dinilai cukup relevan serta efektif untuk menjaga eksistensi bahasa Jawa. Dengan adanya upaya ini pelestarian budaya tidak lagi hanya bergantung pada lembaga formal atau pendidikan saja, melainkan juga dapat dilakukan secara mandiri serta kreatif melalui platform digital yang mudah dijangkau oleh khalayak, tanpa batasan waktu dan tempat.

5. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yaitu pendekatan yang digunakan untuk membuat sesuatu yang inovatif serta berbeda dari biasanya. Dalam strategi kreatif dibutuhkan kemampuan untuk merancang ide-ide segar dan di luar dugaan. Salah satu bidang yang sangat memerlukan penerapan strategi kreatif adalah periklanan, di mana keduanya mempunyai keterkaitan yang erat dan saling

mendukung. Namun, seiring kemajuan media digital, strategi kreatif tidak hanya terbatas pada iklan komersial, melainkan juga dapat digunakan dalam pengelolaan konten edukasi, seperti penerapan strategi kreatif pada akun Instagram @ajengaja.

Menurut Moriarty, Mitchell, dan Wells, dalam buku *Advertising & IMC: Principles and Practice* strategi kreatif merupakan perpaduan antara seni dan ilmu yang terarah dalam dunia periklanan. Keberhasilan sebuah ide komunikasi memerlukan sebuah kreativitas (baru, asli, berbeda, serta tidak terduga) dan strategis (relevan dengan produk, sesuai target audiens, serta mendukung tujuan yang ingin dicapai). Kreativitas dalam periklanan bukan hanya menemukan ide yang benar-benar baru, melainkan lebih kepada bagaimana ide tersebut bisa menjadi solusi atas masalah komunikasi dengan cara yang orisinal.²² Dalam konteks strategi kreatif, proses penyelesaian masalahnya mengharuskan adanya pemikiran kreatif, baik ide besar maupun rencana besar yang memerlukan pemikiran kreatif.

Dalam membuat sebuah strategi kreatif membutuhkan tahapan perencanaan, Moriarty, Mitchell, dan Wells, dalam buku *Advertising & IMC Principles and Practice*, yang terdiri dari :

a. *Creative Brief*

Creative brief adalah dokumen yang memuat panduan dalam pembuatan konten serta informasi penting yang digunakan sebagai landasan dalam mengembangkan ide kreatif. Pada tahap produksi, tim kreatif perlu memahami secara rinci proyek yang akan dikerjakan, siapa audiens yang dituju, alasan pembuatan proyek tersebut, serta platform atau media tempat proyek akan dipublikasikan. Dengan demikian, *creative brief* berfungsi sebagai pedoman utama dalam merancang konsep visual.

²² Sandra E.. Moriarty, Nancy. Mitchell, and William. Wells, *Advertising & IMC: Principles & Practice*, Pearson Ed (USA: Pearson, 2015). Hal 242.

b. *Message Objective*

Dalam merancang suatu strategi kreatif, penting untuk menentukan terlebih dahulu tujuan dari pesan yang ingin disampaikan. Hal ini berkaitan dengan hasil atau tanggapan seperti apa yang diinginkan oleh audiens terhadap pesan tersebut. Ketika tujuan sudah jelas, maka proses menemukan serta menyesuaikan ide-ide kreatif akan menjadi lebih mudah.

c. *Targeting*

Targeting merupakan tahapan penting dalam proses perencanaan strategi kreatif, dimana tim kreatif harus mampu menentukan target audiens yang akan dituju. Pada tahapan ini, pemilihan target audiens tidak dapat dikerjakan secara sembarangan, karena nantinya akan dijadikan sebagai pedoman dalam menetapkan tujuan serta mengembangkan strategi positioning sebuah proyek.

d. *Branding*

Branding yaitu suatu proses untuk membentuk serta memperkuat identitas merek melalui elemen-elemen komunikasi yang konsisten dan bermakna. *Branding* meliputi segala aspek yang membuat sebuah merek menjadi mudah dikenali serta diingat oleh audiens, seperti logo, nama, warna, gaya komunikasi, serta nilai-nilai yang berkaitan dengan merek tersebut.

1.9.3 Definisi Operasional

1. Strategi Kreatif

Definisi operasional adalah penjelasan tentang makna dari istilah-istilah yang diuraikan secara operasional sesuai dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Definisi ini berfungsi untuk menjelaskan berbagai istilah yang digunakan dalam penelitian, diantaranya yaitu :

No	Kerangka	Definisi	Operasional
1.	<i>Creative Brief</i>	Tahap pertama, mencakup perumusan ide dasar atau gagasan awal yang melatarbelakangi pembuatan konten edukasi bahasa Jawa pada akun Instagram @ajengaja. <i>Creative brief</i> menjelaskan konteks permasalahan, tujuan komunikasi, serta strategi kreatif yang dirancang sebelum proses produksi konten dilakukan.	a) Apa latar belakang Anda membuat konten edukasi bahasa Jawa di Instagram? b) Apakah terdapat perencanaan rutin dalam menentukan tema atau jenis konten yang akan dipublikasikan? c) Bagaimana Anda memilih gaya bahasa dan tone komunikasi dalam setiap konten? d) Bagaimana langkah-langkah yang Anda lakukan dalam merancang sebuah konten sebelum masuk tahap produksi? e) Sejauh mana Anda mempertimbangkan kebutuhan atau minat audiens saat merancang konten?
2.	<i>Message</i>	Pada tahap kedua, pengelola	a) Apa pesan utama

	<i>Objective</i>	akun Instagram @ajengaja harus mampu menentukan tujuan utama pesan yang ingin disampaikan kepada pengikutnya (<i>followers</i>) melalui penyajian sebuah konten di media sosial Instagram. Pesan yang ingin disampaikan oleh akun Instagram @ajengaja yaitu mencakup hal-hal yang berkaitan dengan edukasi Bahasa Jawa, seperti parikan, kosakata bahasa Jawa, tata bahasa, dan lainnya. Sehingga, dengan menentukan tujuan pesan tersebut, maka pengelola akun Instagram @ajengaja dapat menyampaikan pesan edukatif mengenai bahasa Jawa secara menarik dan mudah dipahami oleh <i>followers</i> maupun pengguna media sosial yang ingin mempelajari bahasa Jawa.	yang ingin Anda sampaikan dalam setiap konten di akun @ajengaja? b) Apakah setiap konten yang Anda buat mempunyai tujuan pesan yang berbeda-beda? c) Bagaimana Anda menyusun pesan agar mudah dipahami oleh audiens? d) Bagaimana Anda memastikan pesan yang disampaikan dalam setiap konten di akun @ajengaja, dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh audiens? e) Apakah Anda juga menggunakan teknik storytelling atau narasi untuk memperkuat pesan?
3.	<i>Targeting</i>	Perencanaan strategi kreatif dalam sebuah konten, tentunya harus memperhatikan segmentasi audiens yang	a) Siapa target audiens utama dari konten-konten edukasi bahasa Jawa yang

		menjadi sasaran dari konten tersebut. Hal ini bertujuan untuk memastikan konten yang dibuat sesuai dengan kebutuhan karakteristik, kebutuhan, serta minat dari target audiens. Pada akun Instagram @ajengaja target utamanya adalah <i>followers</i> akun tersebut. Dimana dengan adanya unggahan dari akun Instagram @ajengaja diharapkan mampu meningkatkan pemahaman serta ketertarikan masyarakat. Terlebih lagi Akun ini menyajikan berbagai konten edukatif yang dikemas secara kreatif, sehingga audiens dapat merasakan manfaat pembelajaran bahasa Jawa secara ringan dan menyenangkan.	Anda buat? b) Apa saja karakteristik audiens yang Anda jadikan pertimbangan dalam membuat konten? c) Bagaimana Anda menyesuaikan gaya bahasa, visual, maupun pendekatan konten dengan karakter audiens tersebut? d) Apakah Anda pernah menerima masukan langsung dari audiens terkait konten yang Anda buat? e) Apa keunikan atau kelebihan dari konten @ajengaja dibandingkan akun edukasi lainnya?
4.	<i>Branding</i>	<i>Branding</i> adalah proses pembentukan citra maupun identitas yang ditujukan kepada audiens. Pada tahap ini, akun Instagram @ajengaja sebagai	a) Apa citra atau identitas yang ingin Anda bangun dari akun @ajengaja? b) Bagaimana Anda

		media edukasi bahasa Jawa menunjukkan bahwa akun tersebut mempunyai konten-konten yang kreatif serta menarik sesuai dengan karakteristik audiens. Hal ini dapat dilihat dari gaya visual, komunikasi, gaya bahasa, konsistensi konten, maupun tema yang disampaikan dalam setiap kontennya.	menjaga konsistensi branding, baik dari visual maupun pesan? c) Apakah Anda pernah merubah gaya pendekatan konten berdasarkan reaksi atau feedback audiens? d) Apakah Anda menggunakan elemen-elemen tetap seperti logo, warna khas, maupun tagar khusus dalam setiap konten yang Anda buat? e) Bagaimana strategi yang Anda lakukan dalam membentuk citra akun @ajengaja agar dipercaya sebagai media pembelajaran Bahasa Jawa?
--	--	--	--

Tabel 1. 1 Definisi Operasional