

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @ajengaja berhasil menerapkan strategi kreatif dalam pengelolaan konten edukasi bahasa Jawa dengan mengacu pada empat aspek utama dari teori strategi kreatif menurut Moriarty, Mitchell, dan Wells, yaitu *Creative Brief*, *Message Objective*, *Targeting*, dan *Branding*. Pertama, *Creative Brief* terlihat dari perencanaan konten yang disusun berdasarkan ide-ide kreatif yang fleksibel serta responsif terhadap fenomena budaya, tradisi, maupun tren media sosial. Hal ini menjadikan konten yang diproduksi lebih terarah, relevan, dan sesuai dengan identitas akun sebagai media edukasi. Kedua, *Message Objective* ditunjukkan melalui kejelasan arah pesan yang disampaikan, yakni menekankan pada pelestarian bahasa Jawa dengan cara yang sederhana, komunikatif, dan sesuai gaya komunikasi generasi muda, sehingga dapat menarik perhatian audiens. Ketiga, *Targeting* diwujudkan melalui penentuan sasaran audiens, terutama generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial. Konten dirancang dengan memperhatikan kebutuhan dan karakteristik audiens, sehingga pesan edukasi bahasa Jawa tidak hanya bersifat informatif tetapi juga membangun interaksi partisipatif. Kemudian yang keempat *Branding* diperkuat melalui konsistensi gaya visual, penggunaan bahasa yang komunikatif, serta kolaborasi dengan tokoh-tokoh budaya Jawa yang memiliki otoritas di masyarakat. Strategi ini berhasil meningkatkan legitimasi konten, memperluas jangkauan pesan, sekaligus membangun citra akun @ajengaja sebagai media edukasi bahasa Jawa yang kredibel dan relevan di era digital. Tidak hanya itu, *branding* juga menjadi representasi dari citra “mbak Jawa” yang diusung oleh Saviera Zulykha Ajeng, di mana pengelola berupaya mengubah stereotipe masyarakat terhadap perempuan Jawa yang sering dianggap kuno dan tertutup. Melalui konten-kontennya, pengelola menampilkan sosok perempuan Jawa yang modern, kreatif, serta tetap eksis mengikuti perkembangan zaman tanpa meninggalkan bahasa dan budaya

daerahnya. Identitas sebagai “mbak Jawa” justru menjadi kekuatan utama dalam membangun personal branding yang unik, bahkan relevan dengan tren masa kini.

Dengan demikian, penerapan strategi kreatif pada akun @ajengaja telah dijalankan secara aktif serta berkontribusi signifikan dalam membentuk kepercayaan audiens dan memperkuat perannya sebagai sarana edukasi nonformal untuk melestarikan bahasa Jawa di kalangan generasi muda. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa interaksi audiens masih perlu ditingkatkan, sehingga diperlukan pengembangan strategi lanjutan dalam hal konsistensi visual, inovasi konten, serta pemanfaatan data keterlibatan audiens guna mengoptimalkan efektivitas komunikasi.

5.2 Saran

1. Pengelolaan konten edukasi bahasa Jawa yang dilakukan oleh pengelola akun @ajengaja telah menunjukkan strategi kreatif yang komunikatif, adaptif terhadap tren, dan mampu menarik minat audiens muda. Namun, untuk memperkuat citra akun sebagai media edukasi yang kredibel dan berkelanjutan, disarankan agar pengelola mulai menyusun perencanaan konten secara lebih sistematis, serta mengembangkan konsistensi elemen visual seperti warna khas, gaya desain, dan tone narasi yang mencerminkan identitas akun. Selain itu, kolaborasi dengan tokoh budaya, komunitas bahasa, atau institusi pendidikan perlu ditingkatkan guna memperluas jangkauan pesan serta membangun kredibilitas yang lebih kuat. Pengelola juga dapat memanfaatkan data keterlibatan audiens secara lebih mendalam untuk mengevaluasi efektivitas jenis konten yang disajikan, sekaligus mempertimbangkan peningkatan kualitas caption dan penambahan elemen pendukung seperti subtitle agar pesan lebih mudah dipahami oleh audiens dari berbagai latar belakang.
2. Penelitian ini berfokus pada strategi kreatif konten Instagram @ajengaja sebagai media edukasi bahasa Jawa dengan pendekatan deskriptif kualitatif, serta membandingkannya dengan akun @aji.zamzami. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar melibatkan lebih banyak perspektif narasumber, baik dari pengelola akun sejenis maupun dari audiens sebagai penerima pesan.

Pendekatan ini akan memperkaya sudut pandang penelitian, khususnya dalam melihat efektivitas strategi konten dari sisi penerima. Selain itu, peneliti juga dapat mengeksplorasi lebih jauh strategi komunikasi kreatif pada akun-akun edukasi budaya lainnya yang aktif di media sosial untuk membandingkan bentuk pendekatan, gaya komunikasi, dan dampak kontennya terhadap pelestarian bahasa serta budaya lokal.