

UPAYA PEMBINAAN BAHASA OLEH AKUN INSTAGRAM @NARABAHASA

Mia Resti Fauzi¹, Nada Nur Aida², Nuke Putri Jannati³, Uah Maspuroh⁴

^{1,2,3,4}Universitas Singaperbangsa Karawang, 1910631080154@student.unsika.ac.id,
1910631080094@student.unsika.ac.id, 1910631080099@student.unsika.ac.id,
uah.maspuroh@fkip.unsika.ac.id

ABSTRAK

Media sosial dapat digunakan sebagai sarana pembinaan bahasa Indonesia secara tepat. Saat ini, Instagram menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun Instagram @narabahasa dalam upaya pembinaan bahasa Indonesia dan respons pengguna media sosial Instagram terhadap akun Instagram @narabahasa. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi dengan teknik baca dan catat. Setelah data-data terkumpul, peneliti mendeskripsikan data-data yang kemudian diolah pada bagian deskripsi data dan pembahasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pembinaan bahasa oleh akun Instagram @narabahasa secara garis besar terbagi atas empat rubrik, yaitu: 1) Edukasi, 2) Hiburan, 3) Informasi, dan 4) Inspirasi. Keempat rubrik tersebut memuat konten-konten yang menarik dan mendidik terkait ilmu bahasa. Adapun respons pengguna Instagram terhadap akun Instagram @narabahasa pada setiap rubrik kontennya bervariasi.

Kata Kunci: Pembinaan Bahasa, Instagram, Narabahasa

How to Cite: Nada Nur Aida, Resti Fauzi, M., Putri Jannati, N., & Maspuroh, U. UPAYA PEMBINAAN BAHASA OLEH AKUN INSTAGRAM @NARABAHASA. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(1), 194–204. <https://doi.org/10.31943/bi.v8i1.373>

DOI: <https://doi.org/10.31943/bi.v8i1.373>

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan suatu ungkapan yang mengandung maksud untuk menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Melalui bahasa yang diungkapkan, sesuatu yang dimaksudkan oleh pembicara dapat dipahami dan dimengerti oleh pendengar atau lawan

bicara. Bahasa menurut Kridalaksana (dalam Aminuddin, 1985: 28-29) adalah sebagai suatu sistem lambang arbitrer yang menggunakan suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Sebagai warga Negara Indonesia, tentunya dalam berkomunikasi, baik lisan ataupun

tulisan menggunakan keterampilan berbahasa yang telah dimiliki. Meskipun setiap orang memiliki tingkatan atau kualitas yang berbeda-beda. Bahasa Indonesia adalah bahasa nasional Negara Indonesia yang memiliki kaidah-kaidah sesuai dengan PUEBI.

Di era digital yang semakin maju, kini berkomunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung. Dalam era teknologi dan komunikasi ada perubahan perilaku yang sangat besar dalam kehidupan sosial masyarakat. Interaksi manusia tidak hanya dilakukan melalui dunia nyata, melainkan melalui media sosial. Media sosial saat ini sudah digunakan oleh berbagai kalangan, baik masyarakat yang muda, tua, hingga anak dibawah umur. Dengan memanfaatkan media sosial, kita dengan mudah dapat berkomunikasi sekalipun dengan jarak yang jauh. Media sosial juga dapat sebagai media belajar untuk para pelajar bahasa. Pembelajaran bahasa secara tidak langsung dapat dilakukan tanpa adanya guru. Banyak informasi dan gaya bahasa yang berkembang di media sosial yang dapat membuat pembelajaran bahasa secara autodidak dapat berjalan dengan cepat.

Saat ini, Instagram menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia. Menurut data *We Are Social*,

pengguna aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022. Indonesia memiliki 99,9 juta pengguna aktif bulanan Instagram pada April 2022 dan menjadi pengguna terbesar keempat di dunia, di bawah India, Amerika Serikat, dan Brasil. Menurut data reportal, Pada awal tahun [2022](#), 52,3 persen audiens iklan [Instagram](#) di [Indonesia](#) adalah perempuan, sedangkan 47,7 persen adalah laki-laki.

Penggunaan bahasa Negara dalam berbagai ranah merupakan kewajiban dan amanat UUD 1945. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa sebagai lembaga resmi yang ditugaskan untuk melaksanakan pengembangan, perlindungan, dan pembinaan, serta peningkatan fungsi bahasa Indonesia memiliki kewajiban dalam pengutamaan bahasa Negara. Upaya pengutamaan bahasa Negara tersebut dilakukan melalui pembinaan kebahasaan. Adapun dasar hukum pembinaan kebahasaan adalah butir ke-3 dari Sumpah Pemuda, UUD 1945 Pasal 36 yang menyatakan bahwa bahasa Negara ialah bahasa Indonesia, dan UUD No. 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Dasar hukum lain ialah Peraturan Pemerintah

Nomor 57 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Pelindungan Bahasa dan Sastra, serta peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia.

Media sosial dapat digunakan sebagai sarana pembinaan bahasa Indonesia secara tepat. Contohnya pada akun Instagram @narabahasa. Narabahasa merupakan penyedia edukasi, konsultasi, publikasi, aplikasi, dan kreasi kebahasaan. Arti dari “Nara” yaitu orang, jadi Narabahasa adalah “orang bahasa”. Narabahasa didirikan pada tanggal 1 Februari 2020 dengan menghadirkan visi “Kuasai Bahasa, Kuasai Dunia”. Adapun misi Narabahasa yaitu 1) mengungkit muruah bahasa Indonesia di dunia, 2) mengembangkan keterampilan bahasa bangsa Indonesia, 3) meningkatkan kebahagiaan pegawai, pramubahasa, dan pemegang saham. Dalam perjalanannya mewujudkan visi, Narabahasa juga menjelajahi dunia digital, meskipun sebagian besar audiens digital bukan pengguna utama layanan. Keberadaan Narabahasa di dunia digital tersebut merupakan langkah awal untuk menyebarkan iman berbahasa Indonesia di kalangan pengguna media sosial.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait bagaimana akun

Instagram @narabahasa dalam upaya pembinaan bahasa dan respons pengguna Instagram terhadap akun Instagram @narabahasa.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menerapkan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode dan pendekatan ini dikatakan sangat kompatibel untuk menjabarkan data yang diperoleh dari lapangan. Metode deskriptif pendekatan kualitatif pada penelitian berjudul “Upaya Pembinaan Bahasa oleh Akun Instagram @Narabahasa” menghadapkan peneliti dengan responden secara langsung. Kemudian setelah data-data terkumpul, peneliti mendeskripsikan data-data yang kemudian diolah pada bagian deskripsi data dan pembahasan.

Sesuai dengan pendapat Sukmadinata (2011: 60) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif diaplikasikan untuk mendeskripsikan fenomena yang hadir dalam masyarakat secara individual maupun kelompok berupa aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, maupun pemikiran. Penelitian ini menggunakan konten sampel di akun Instagram @narabahasa sebagai salah satu cara pembinaan bahasa. Maka penelitian ini

ditujukan untuk mengetahui respons pengguna Instagram yang mengikuti rubrik @narabahasa dalam fokus pembinaan bahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Upaya Pembinaan Bahasa Akun Instagram @narabahasa

Dalam upaya pembinaan bahasa, akun Instagram @narabahasa menyajikan konten-konten menarik kepada para pengguna Instagram. Konten yang disajikan oleh Narabahasa secara garis besar terbagi dalam empat rubrik, yaitu sebagai berikut.

1. Edukasi Nara

Rubrik Edukasi Nara memanfaatkan hal-hal yang sedang santer menjadi topik pembicaraan publik pada waktu-waktu tertentu. Hal ini menarik perhatian pengguna Instagram karena pemirsa merasa pembelajaran berbahasa Indonesia dapat dimulai dari yang terdekat. Rubrik Edukasi Nara berkisar pada konten mengenai KBBI, ejaan, trivia bahasa, kutipan artikel, dan padanan kata. Berikut ini contoh rubrik Edukasi Nara yang belum lama diunggah oleh akun Instagram @narabahasa.



Pada contoh pertama di atas, rubrik Edukasi Nara membahas mengenai padanan kata dari sejumlah istilah yang ada dalam sepak bola dengan judul yang cukup menarik perhatian, yaitu "Bekal untuk Menonton Piala Dunia 2022". Piala Dunia 2022 merupakan ajang pertandingan sepak bola bergengsi yang saat ini tengah menjadi perhatian publik. Adapun contoh lainnya sebagai berikut.



Contoh rubrik Edukasi Nara di atas memuat edukasi terkait cara penulisan akronim yang diawali dengan pengenalan salah satu contoh dari akronim yang sedang viral, yaitu akronim “Cepmek” untuk menarik perhatian pengguna Instagram.

2. Hiburan Nara

Rubrik Hiburan Nara memuat konten berupa permainan-permainan, diantaranya yaitu permainan rangkai kata, melengkap puisi se bait, gombalan bahasa, tanya jawab, dan tebak kata. Rubrik Hiburan Nara memiliki daya tarik pembelajaran bahasa dengan sedikit lebih santai dibandingkan dengan rubrik lainnya. Konten yang disajikan dalam rubrik ini biasanya dikaitkan

juga dengan kejadian yang sedang viral untuk menarik perhatian pengguna instagram. Berikut ini contoh unggahan rubrik Hiburan Nara pada akun Instagram @narabahasa.



Contoh rubrik Hiburan Nara di atas memuat permainan tebak kata yang dibuat per babak. Dengan kalimat “Ini Kata Apa, ya?”, Narabahasa berupaya menarik perhatian khalayak untuk ikut menebak kata dengan menyusun huruf-huruf di setiap babak.

Adapun contoh lain dari rubrik Hiburan Nara yaitu sebagai berikut.



Pada contoh di atas, Hiburan Nara memuat permainan rangkai kata. Nara meminta khalayak untuk merangkai kata *dusta*, *harta*, dan *derita* menjadi sebuah kalimat.

3. Informasi Nara

Rubrik Informasi Nara digunakan sebagai perantara Narabahasa dalam menyampaikan informasi kepada pengguna Instagram. Konten yang disajikan dalam rubrik ini berputar pada program tanya jawab kebahasaan (Tabah), kelas daring mandiri, kreasi semacam *merchandise* Narabahasa, dan program promosi kelas. Berikut ini contoh unggahan rubrik Informasi Nara dalam akun Instagram @narabahasa.



Contoh rubrik Informasi Nara di atas memuat informasi mengenai Kelas Daring Mandiri. Kelas Daring Mandiri merupakan ruang yang disediakan Nara bagi khalayak yang ingin belajar untuk mendalami ilmu tentang penulisan, penyuntingan, penyusunan, dan lain sebagainya. Kelas ini dibuat secara khusus sehingga bagi yang ingin mengikutinya perlu melakukan registrasi dan membayar biaya pendaftaran terlebih dahulu. Contoh lainnya terkait rubrik Informasi Nara yaitu sebagai berikut.



Contoh kedua dari rubrik Informasi Nara di atas memuat konten “Apa Bedanya?”. Nara menginformasikan tentang

perbedaan kata Ditjen dan Dirjen kepada khalayak.

4. Inspirasi Nara

Rubrik Inspirasi Nara menyediakan konten inspiratif yang berkaitan dengan peribahasa dan kutipan tokoh. Kutipan tokoh yang diambil dapat berupa kutipan dari buku maupun film. Rubrik ini menyampaikan pembinaan bahasa menggunakan cara yang santai bagi pemula bahasa. Selain itu, pembelajaran bahasa juga dapat dilaksanakan sesuai dengan konsep buku yang ditulis oleh Ivan Lanin selaku penggagas berdirinya Narabahasa. Berikut ini contoh rubrik Inspirasi Nara pada akun Instagram @narabahasa.



Contoh rubrik Inspirasi Nara di atas memuat sebuah peribahasa tentang jodoh lengkap beserta maknanya untuk memudahkan khalayak memahami peribahasa tersebut. Adapun contoh unggahan

rubrik Inspirasi Nara yang lain, yaitu sebagai berikut.



Rubrik Inspirasi Nara tersebut memuat sebuah kutipan yang bersumber dari Pierre Bourdieu dalam buku “Bahasa dan Kekuasaan Simbolik”. Disebutkan dalam rubrik bahwa pada faktanya, kata-kata yang netral itu memang tidak ada.

B. Respons Pengguna Media Sosial Instagram terhadap Akun Instagram @narabahasa

Respons pengguna Instagram yang mengikuti konten kebahasaan dalam media sosial Instagram @narabahasa dapat menjadi tolok ukur kesuksesan dalam membina bahasa. Interaksi dan *branding* dibangun Narabahasa dalam membina dan membiasakan pengguna Instagram dapat berbahasa Indonesia yang baik dan benar dengan mudah. Kolom komentar menjadi tempat berinteraksi antara pengguna Instagram dengan Narabahasa sebagai kreator pembinaan bahasa. Adapun sapaan akrab Narabahasa kepada pengikutnya yaitu “Kerabat Nara”. Berikut respons-

respons pengguna Instagram pada setiap rubrik yang disajikan Narabahasa.

1. Respons Pengguna Instagram pada Rubrik Edukasi Nara

Pada rubrik Edukasi Nara, respons pengguna Instagram selalu ramai karena topik yang diangkat sering berkaitan dengan hal-hal yang sedang viral. Nara selalu menyikapi beragam reaksi dari pengguna Instagram dengan mengutamakan kesantunan, kesopanan, dan tetap mendidik seperti pada contoh berikut.



Pada unggahan rubrik Edukasi Nara mengenai padanan kata di atas, terdapat reaksi salah satu pengguna Instagram yang mencoba mengoreksi hasil pepadanan kata Nara. Tanggapan tersebut akhirnya menghadirkan reaksi pengguna Instagram lain. Meski terkesan “disalahkan”, Narabahasa menanggapi kembali reaksi tersebut dengan bijak. Adapun tanggapan pada rubrik Edukasi Nara lainnya sebagai berikut.



Unggahan Edukasi Nara juga sering mendapatkan tanggapan berupa pertanyaan-pertanyaan terkait pembahasan atau di luar konteks pembahasan seperti pada contoh di atas. Komentar tersebut terdapat pada unggahan rubrik Edukasi Nara mengenai cara penulisan akronim yang salah satu contohnya ialah akronim “cepme”, alih-alih bertanya mengenai penulisan akronim, pengguna Instagram tersebut bertanya mengenai bunyi dari huruf “e” pada kata “cepme”. Meski demikian, Nara tetap merespons kembali pertanyaan tersebut.

2. Respons Pengguna Instagram pada Rubrik Hiburan Nara

Rubrik Hiburan Nara selalu menarik perhatian pengguna Instagram dari isi kontennya yang sebagian besar berupa permainan-permainan mendidik terkait bahasa. Pengguna Instagram berlomba-lomba memberikan tanggapan karena merasa tertantang dengan permainan yang diberikan Nara

seperti pada beberapa bentuk tanggapan berikut ini.



Pada tanggapan-tanggapan di atas terlihat antusiasme pengguna Instagram terhadap upaya pembinaan bahasa Narabahasa dalam rubrik Hiburan Nara.

3. Respons Pengguna Instagram pada Rubrik Informasi Nara

Rubrik Informasi Nara dapat dikatakan sebagai rubrik dengan interaksi terendah karena mayoritas kelas daring yang diadakan Narabahasa perlu melakukan registrasi dan pembayaran mulai dari Rp149.000. Namun, bagi pengguna Instagram yang memang membutuhkan kelas daring selalu memiliki antusias tersendiri seperti salah satu pengguna Instagram berikut ini.



Pengguna Instagram tersebut menanggapi unggahan rubrik Informasi Nara mengenai Kelas Daring Mandiri (KDM) dengan pertanyaan terkait KDM lainnya yang ingin ia ikuti. Respons lainnya pada rubrik Informasi Nara adalah sebagai berikut.



Interaksi pada unggahan akun Instagram @narabahasa tidak hanya terjadi antara pengguna Instagram dengan Narabahasa saja, tapi juga antarpengguna Instagram lainnya seperti pada contoh di atas, pengguna Instagram membantu menjawab pertanyaan dari pengguna Instagram lain. Oleh karena itu, kolom komentar Narabahasa sering kali menjadi tempat tambahan pengetahuan dari topik yang diangkat Nara dalam rubrik.

4. Respons Pengguna Instagram pada Rubrik Inspirasi Nara

Pada rubrik Inspirasi Nara, terjalin kedekatan Nara dengan pemirsa berkat konten-konten yang termuat di dalamnya. Interaksi yang terjadi dalam rubrik ini lebih santai dan akrab seperti pada contoh berikut.



Pada kolom komentar rubrik Inspirasi Nara mengenai peribahasa di atas terlihat adanya keakraban pengguna Instagram dengan Nara. Selain itu, kolom komentar rubrik Inspirasi Nara juga menjadi tempat terjalinnya keakraban antarpengguna Instagram lainnya seperti di bawah ini.



Interaksi antarpengguna Instagram di atas berawal dari keingintahuan salah satu pengguna Instagram terkait alasan dari kutipan tokoh yang termuat dalam rubrik

Inspirasi Nara. Pertanyaan dari pengguna Instagram tersebut pada akhirnya mendapat respons positif dari pengguna Instagram lain.

SIMPULAN

Upaya pembinaan bahasa oleh akun Instagram @narabahasa secara garis besar terbagi atas empat rubrik, yaitu: 1) Edukasi, 2) Hiburan, 3) Informasi, dan 4) Inspirasi. Keempat rubrik tersebut memuat konten-konten yang menarik dan mendidik terkait ilmu bahasa. Adapun respons pengguna Instagram terhadap akun Instagram @narabahasa pada setiap rubrik kontennya bervariasi. Umumnya, pengguna Instagram aktif menanggapi unggahan dengan mengajukan pertanyaan dan melontarkan jawaban. Interaksi pada kolom komentar tidak hanya terjadi antara pengguna Instagram dengan Narabahasa saja, tapi juga antarpengguna Instagram lainnya. Pada kolom komentar pun terjalin keakraban berkat interaksi-interaksi yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

Ambarsari, Z. (2021). Penggunaan Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Pada Era 4.0. *Prosiding*

- Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia (SemNas PBSI)-3* (pp. 81-86). Medan : Digital Repository Universitas Negeri Medan.
- Azis. (2016). *Pembinaan Bahasa Indonesia*. Kebumen: Indis Group.
- Bahasa, A. B. (2022, Juli 22). *Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa*. Retrieved from <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/berita-detail/3658/pembinaan-bahasa-indonesia-sebagai-ikhtiar-menjaga-nkri>
- Kurniasari, D. (2021, Maret 11). *DQLab*. Retrieved from <https://www.dqlab.id/teknik-pengolahan-data-kualitatif-mengenal-3-tipe-observasi>
- Nuryama, R. (2022, Juni 14). *TiNewss.com*.
- Rizaty, M. A. (2022, Agustus 3). *DataIndonesia.Id*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- (2021). *Satu Tahun Narabahasa: Terus Edukasi Muruah Bahasa Indonesia*. Jakarta: Kumparan NEWS.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika* , 1-7.
- Setiawati, L. (2021, September 5). *Course Hero*. Retrieved from <https://www.coursehero.com/file/92349583/MKWU4108-M1pdf/>
- Shabiburrahman, S. (2020, Desember 21). Retrieved from [kumparan.com: https://www.google.com/aps/s/kumparan.com/amp/saquo-shabiburrahman/media-sosial-sebagai-media-pembelajaran-bahasa-pada-masyarakat-sekarang-ini-1uoyCnsBA1o](https://www.google.com/aps/s/kumparan.com/amp/saquo-shabiburrahman/media-sosial-sebagai-media-pembelajaran-bahasa-pada-masyarakat-sekarang-ini-1uoyCnsBA1o)
- Winata, N. T. (2021). Pembinaan Bahasa Indonesia Yang Baik dan Benar Dikalangan Mahasiswa Di Era Milenial Melalui Media Sosial. *Bahtera Indonesia: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 267-275.