



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 10196-10210

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengelolaan Konten Rebo Nyunda sebagai Upaya Pelestarian Bahasa Sunda (Studi Kasus Pada Media Sosial Instagram @disbudpar.bdg)

Zahra Salsabilla^{1✉}, Sri Dewi Setiawati²

Universitas Telkom

Email: zahrasalsabilla@telkomuniversity.student.ac.id^{1✉}

Abstrak

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung melalui akun instagramnya, yaitu @disbudpar.bdg telah memproduksi konten #ReboNyunda yang berisi tentang penggunaan bahasa Sunda. Tingginya engagement dan respon yang positif, telah membuktikan bahwa konten Rebo Nyunda adalah alat yang efektif dalam memperkuat penggunaan bahasa Sunda di tengah arus deras globalisasi yang telah menyebabkan penuturnya tidak lagi menggunakan bahasa tersebut, terutama generasi muda. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan rebo nyunda dilakukan kepada generasi muda melalui media sosial, proses pengelolaan konten Rebo Nyunda melalui media sosial instagram, dan hambatan pada proses pengelolaan konten Rebo Nyunda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini mengacu pada konsep dan teori *Design Thinking* untuk mengetahui pengelolaan konten Rebo Nyunda pada media sosial Instagram @disbudpar.bdg. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rangkaian proses pengelolaan konten Rebo Nyunda yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, telah memperlihatkan peran pendekatan *design thinking*, yang mana mereka menangkap fenomena penurunan bahasa sunda di generasi muda dan kemudian mereka mengemas sebuah ide sebagai solusi. Mulai dari menemukan masalah, memfokuskan masalah, penggalan ide, perencanaan, modeling, dan evaluasi. Selain itu, hambatan yang terjadi ketika proses penyusunan adalah hambatan *creative block*, teknis dan publikasi konten.

Kata Kunci: *Bahasa Sunda, Instagram, Pengelolaan Konten, Rebo Nyunda*

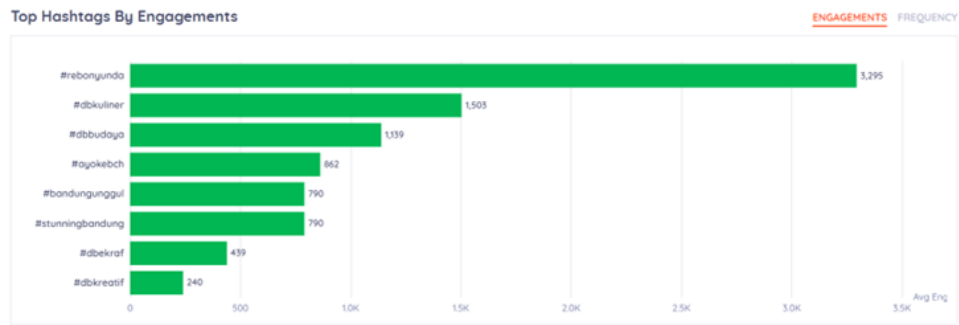
Abstract

The Bandung City Culture and Tourism Office through its Instagram account, @disbudpar.bdg, has produced #ReboNyunda content which contains information about the use of Sundanese. The high engagement and positive response have proven that Rebo Nyunda content is an effective tool in strengthening the use of Sundanese amidst the rapid flow of globalization that has caused its speakers to no longer use the language, especially the younger generation. The purpose of this study was to determine the reasons for Rebo Nyunda being carried out for the younger generation through social media, the process of managing Rebo Nyunda content through Instagram social media, and the obstacles in the process of managing Rebo Nyunda content. This study uses a qualitative approach with a case study method. This study refers to the concept and theory of Design Thinking to determine the management of Rebo Nyunda content on Instagram social media @disbudpar.bdg. The results of the study show that the series of Rebo Nyunda content management processes carried out by the Bandung City Culture and Tourism Office have shown the role of the design thinking approach, where they capture the phenomenon of the decline of Sundanese in the younger generation and then they package an idea as a solution. Starting from finding problems, focusing on problems, exploring ideas, planning, modeling, and evaluation. In addition, obstacles that occur during the compilation process are creative block, technical and content publication obstacles.

Keywords: Sundanese Language, Instagram, Content Management, Rebo Nyunda

PENDAHULUAN

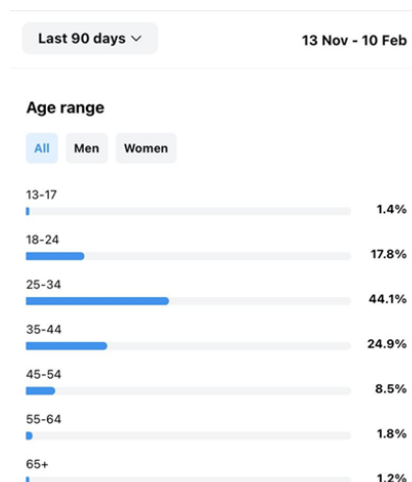
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, sebagai lembaga daerah yang bertanggung jawab di bidang kebudayaan, pariwisata dan ekonomi kreatif, memanfaatkan berbagai media untuk berkomunikasi dengan masyarakat luas dan salah satu media yang digunakannya adalah media sosial Instagram. Melalui akun instagramnya, @disbudpar.bdg, lembaga daerah ini telah memproduksi banyak konten salah satunya adalah konten #ReboNyunda. Konten tersebut berisi tentang penggunaan bahasa Sunda, mulai dari istilah-istilah bahasa Sunda, tatarucingan, tebak ungkapan, kosakata Sunda dan masih banyak lagi. Konten #ReboNyunda dikemas secara sederhana dan banyak mengandung humor, namun tetap terdapat edukas. Dibandingkan konten lainnya, konten #ReboNyunda ini menjadi konten yang paling banyak dijangkau pada instagram @disbudpar.bdg.



Gambar 1. Data Hastag Engagement Tertinggi pada Instagram @disbudpar.bdg

Sumber: Keyhole, diakses pada Februari 2023

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung menyatakan bahwa sasaran utama konten #ReboNyunda adalah generasi muda. Data engagement pada insight Instagram @disbudpar.bdg pun menunjukkan bahwa kelompok usia muda memberikan persentasi engagement yang cukup tinggi, yaitu pada usia 18 - 24 (17,8%) dan usia 25 - 34 (44,1%). Kelompok usia muda ini adalah kelompok yang sudah jarang menggunakan Bahasa Sunda di kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil Long Form Sensus Penduduk 2020, persentase penggunaan Bahasa Sunda lebih menurun pada Generasi Milenial menjadi 73,92%, Generasi Z menjadi 72,44% dan Generasi Post Z menjadi 63,99% (BPS dalam Alhamidi, 2023). Jika data hashtag engagement dan data engagement berdasarkan usia dikaitkan, jelas terlihat bahwa konten #ReboNyunda cukup populer di kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z.



Gambar 2. Data Engagement Instagram @disbudpar.bdg Berdasarkan Usia

Sumber: Insight Instagram @disbudpar.bdg

Konten Rebo Nyunda telah membuktikan sebagai alat yang efektif dalam memperkuat penggunaan bahasa Sunda. Tingginya *engagement* konten Rebo Nyunda menunjukkan

bahwa masyarakat memiliki ketertarikan yang kuat terhadap budaya dan bahasa daerah mereka. Begitu pun dengan bentuk interaksi yang muncul dalam bentuk komentar menggunakan bahasa Sunda oleh generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa mereka tidak hanya menikmati konten tersebut, tetapi juga merespons secara aktif dengan menggunakan bahasa Sunda dalam berkomunikasi. Sehingga secara tidak langsung konten Rebo Nyunda menjadi alat penting dalam memperkuat identitas budaya dan bahasa Sunda di tengah arus globalisasi yang semakin kuat.



Gambar 3. Komentar pada Konten Rebo Nyunda @disbudpar.bdg

Sumber: Instagram @disbudpar.bdg

Di era digital, peran pemerintah dalam pemertahanan dan pelestarian bahasa daerah menjadi hal yang penting. Kemajuan teknologi informasi yang dilengkapi dengan internet telah membantu produk-produk budaya asing dapat diakses dengan mudah melalui konten di berbagai situs. Konten-konten bersifat hiburan, informasi, maupun pendidikan sudah didominasi oleh bahasa asing. Hal ini mengakibatkan bahasa-bahasa minoritas seperti bahasa daerah semakin terdesak. Kepala Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa atau Badan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Endang Aminudin Aziz dalam (Aranditio, 2023) mengatakan, saat ini kondisi bahasa daerah di Indonesia terancam punah, bahkan untuk bahasa daerah yang sangat besar jumlahnya seperti Bahasa Sunda dalam 10 tahun terakhir, 2 juta dari 48 juta penuturnya hilang.

Dengan derasnya arus globalisasi yang terjadi dewasa ini, upaya kreatif perlu dilakukan untuk mendorong semangat masyarakat melestarikan bahasa daerah, salah satunya melalui konten digital. Di era digital, konten yang menarik dan dikemas dengan baik akan mendapat perhatian dari audiens (Gamble dalam Chrisanti, 2022). Oleh karena itu, pengelolaan konten di media sosial sangat penting dengan tujuan agar pesan yang sudah dirancang dapat menghasilkan kesan dan efek yang diharapkan. Salah satu cara pengelolaan konten ini dapat dilakukan melalui pendekatan *design thinking*. Pendekatan ini juga akan digunakan

peneliti sebagai landasan untuk menjelaskan pengelolaan konten rebo nyunda di media sosia instagram.

Pressman (2019) mengatakan *design thinking* merupakan suatu pendekatan baru untuk menciptakan inovasi dan sebagai pemecahan masalah dengan cara yang kreatif. Ia juga menjelaskan bahwa proses *design thinking* yang terdiri dari beberapa tahapan atau fase, yaitu pertama *Informations gathering* sebagai tahap proses menemukan masalah. Kedua, *Problem Analysis and Definitions* merupakan tahap untuk memfokuskan masalah dan melihat pesan yang paling sesuai. Ketiga, *Idea Generation* tahapan untuk memberikan kreativitas sebagai solusi. Keempat, *Synthesis Through Modeling* menghasilkan model yang sudah direncanakan dan terakhir *Critical Evaluation* sebagai tahap untuk mengeliminasi model yang sudah dibuat.

Penelitian dengan topik serupa juga telah dilakukan oleh Chrisanti (2022), berjudul Analisis Strategi Pengelolaan Konten (Studi Kasus Pada Konten Youtube "Ternyata Begini" dan "Coba Tebak" Cretivox). Pada penelitian tersebut, pengelolaan konten melalui *design thinking* dilakukan oleh *content creator* yang tujuannya untuk sifat *soft-selling*. Sementara pada penelitian ini, pengelolaan konten dilakukan pada media sosial instagram oleh instansi pemerintah dan berfokus pada aspek pelestarian bahasa Sunda. Hal ini tentunya memberikan kebaruan terhadap kajian pengelolaan konten media sosial dengan tujuan pelestarian budaya, serta dapat memberikan wawasan tentang bagaimana institusi pemerintah mengelola konten untuk tujuan edukatif dan pelestarian.

Keberhasilan konten Rebo Nyunda oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada media sosial instagram yang dibuktikan dengan tingginya *engagement* dan banyaknya interaksi dalam bentuk komentar menggunakan bahasa Sunda menunjukkan bahwa konten tersebut dapat memperkuat penggunaan dan keberlangsungan bahasa Sunda. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengelolaan Konten Rebo Nyunda Sebagai Upaya Pelestarian Bahasa Sunda (Studi Kasus Pada Media Sosial Instagram @disbudpar.bdg). Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan Rebo Nyunda dilakukan kepada generasi muda melalui konten media sosial, mengetahui proses pengelolaan konten Rebo Nyunda dan mengetahui hambatan pada proses pengelolaan konten.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menjelaskan sebuah masalah. Menurut Sudaryono (2017), Penelitian kualitatif merupakan

penelitian yang menganalisis kehidupan sosial dari perspektif informan dalam konteks alamiah. Dengan kata lain, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami cara individu melihat, memaknai atau menggambarkan lingkungan sosial mereka. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena keberhasilan konten Rebo Nyunda yang dilakukan @disbudpar.bdg dalam menarik *engagement* dan merangsang minat masyarakat menggunakan bahasa Sunda membuat peneliti ingin memahami bagaimana proses pengelolaan konten tersebut.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah studi kasus yang mana merupakan penelitian mengenai manusia (individu, kelompok maupun organisasi), peristiwa, dan latar secara mendalam (Jaya, 2020:120). Tujuan dari metode studi kasus adalah memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai suatu kasus yang sedang diteliti. Dalam pendekatan penelitian kualitatif, sebuah "kasus" tidak hanya merujuk pada sebuah situasi atau individu, namun juga sebuah kejadian, aktivitas dan proses yang sedang berjalan (Nugraheni et al., 2021:7). Adapun kasus pada penelitian ini adalah aktivitas pengelolaan konten Rebo Nyunda yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada media sosial Instagramnya, yaitu @disbudpar.bdg.

Subjek pada penelitian ini adalah pihak dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang bertanggung jawab mengelola media sosial instagram @disbudpar.bdg. Sementara objek penelitian ini adalah strategi pengelolaan konten Rebo Nyunda yang dilakukan pada media sosial instagramnya @disbudpar.bdg sebagai upaya pelestarian bahasa Sunda. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan, yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis dilakukan sesuai dengan model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti akan menyajikan hasil temuan dari proses wawancara dengan narasumber dan observasi mengenai pengelolaan konten Rebo Nyunda sebagai upaya pelestarian bahasa daerah pada media sosial instagram @disbudpar.bdg. Peneliti juga akan mengaitkan dengan teori dan konsep yang sesuai untuk memperkuat hasil penelitian yang telah dilakukan.

Rebo Nyunda Dilakukan Kepada Generasi Muda Melalui Media Sosial

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung mengamati banyak anak muda yang ditemuinya tidak begitu menguasai bahasa Sunda. Sebagai respons terhadap masalah

tersebut, mereka menyatakan bahwa generasi muda saat ini membutuhkan pemahaman terkait Bahasa Sunda. Hal ini karena apabila penuturnya sudah tidak lagi menggunakan dan tidak mewariskannya ke generasi berikutnya, bahasa Sunda akan terancam punah atau hilang. Menurut Supriani (2024), peran generasi muda sangat penting dalam mempertahankan kebudayaan daerah. Generasi muda merupakan agen perubahan yang dapat memastikan warisan budaya tetap hidup dan relevan dalam masyarakat modern.

Disisi lain, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sebagai pemerintah daerah memiliki kewajiban untuk mempertahankan dan melestarikan bahasa daerah. Hal ini tertuang pada Peraturan Daerah No. 5 Tahun 2012. Selain itu, adanya Peraturan Daerah Pasal 10 ayat 1 yang menjelaskan bahwa setiap hari rabu merupakan hari berbahasa Sunda, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung setiap hari rabu melakukan upaya edukasi melalui konten media sosial, salah satunya Instagram. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung melihat saat ini di media sosial tidak banyak yang menggunakan bahasa daerah. Sehingga dengan adanya diversifikasi konten untuk belajar bahasa Sunda penting. Selain sebagai sarana mereka untuk lebih bisa dekat dengan masyarakat, media sosial juga menjadi salah satu akses yang paling dekat dengan generasi muda yang menjadi target audiensnya.

Alasan Rebo Nyunda dilakukan kepada generasi muda melalui media sosial memiliki kesesuaian dengan tahapan *design thinking* oleh Pressman (2019), yaitu *Information Gathering* dan *Problem Analysis and Definition*. Pada tahap *Information Gathering*, sebagai tahapan untuk menemukan masalah, mereka melakukan *emphatize*, di mana mereka mengamati anak muda yang ditemui di lingkungannya tidak begitu menguasai bahasa Sunda. Kemudian pada *Precedent*, mereka menginterpretasikan bahwa generasi muda membutuhkan pemahaman terkait bahasa Sunda agar bahasa tersebut tidak terancam punah. Sementara pada *Problem Analysis and Definition* dilakukan dengan memfokuskan masalah dan memaknai pesan untuk melihat pesan tersebut yang paling sesuai berdasarkan data yang diperoleh. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung melakukan upaya edukasi setiap hari rabu menjadi salah satu pertimbangan dari Peraturan Daerah Kota Bandung Pasal 10 ayat 1 yang menjelaskan bahwa setiap hari rabu merupakan hari berbahasa Sunda. Sementara untuk pemilihan media sosial sebagai media penyebaran edukasi kepada audiensnya ini dikarenakan media sosial menjadi salah satu akses yang paling dekat dengan target audiensnya yaitu generasi muda.

Proses Pengelolaan Konten Rebo Nyunda Pada Media Sosial Instagram

Idea Generation merupakan tahap memberikan imajinasi, inovasi, serta kreativitas untuk menginterpretasikan dan menggabungkan solusi terhadap masalah yang dihadapi. Pada tahap ini, konten Rebo Nyunda diawali dengan penentuan target audiens, yaitu masyarakat Kota Bandung dan Jawa Barat secara keseluruhan, baik yang berbahasa Sunda maupun tidak dengan rentang usia 25-35. Konten Rebo Nyunda ini diintegrasikan dalam satu paket *branding* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk memastikan keselarasan dan konsistensi dalam penyampaian pesan budaya kepada audiensnya. Selain itu, *positioning* juga dilakukan dengan penggunaan *tone of voice* dengan bahasa semi-formal untuk membedakan dari organisasi pemerintah daerah lainnya.

Setelah itu, anggota tim akan melakukan *brainstorming* yang mana dalam prosesnya ide-ide tersebut muncul secara alami saat mereka melakukan percakapan dalam bahasa Sunda. Hal ini yang kemudian menginspirasi mereka untuk membuat konten Rebo Nyunda dengan fokus utama penggunaan bahasa Sunda di kehidupan sehari-hari. Mereka juga akan menempatkan diri sebagai audiens sehingga konten yang dibuat terasa dekat, relevan, dan mudah dipahami. Selain itu, mereka akan melakukan riset tren konten untuk mengadaptasinya ke dalam versi Rebo Nyunda. Dari proses penggalian ide konten tersebut, tim akan melakukan perencanaan konten Rebo Nyunda yang dimulai dengan penetapan pesan kunci (*key message*), menentukan elemen- elemen pendukung seperti teks yang akan muncul, konsep pertanyaan untuk wawancara dan poin-poin penting yang perlu diperhatikan oleh tim produksi saat mengambil aset visual. Pada proses perencanaan juga mereka akan melakukan konfirmasi terlebih dahulu kepada pamong budaya untuk kemudian diberikan saran dan masukan.

Selanjutnya, tim akan masuk ke tahap *Synthesis Through Modeling* atau membuat model dari yang sudah direncanakan sebelumnya. Pada proses *modeling* ini, terdapat dua bentuk konten Rebo Nyunda yang akan diproduksi, yaitu konten berbentuk video dan gambar. Untuk video *reels* tim akan melakukan take asset terlebih dahulu. Sementara untuk konten Rebo Nyunda yang berbentuk gambar seperti *single post* atau *carousel post* akan langsung ke proses *editing*. Foto dan video yang diunggah di media sosial Instagram ini menjadi sarana penting dalam menyampaikan pesan budaya di era digital. Menurut Nurhayati, et.al (2024) instagram memiliki peran penting dalam memperkenalkan kekayaan budaya lokal kepada masyarakat terutama kepada generasi muda, yaitu melalui fitur foto, video dan cerita pengguna.

Dalam produksi video *reels* konten Rebo Nyunda yang berbentuk tanya jawab, mereka cenderung melibatkan partisipasi dari rekan-rekan karyawan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Selain itu, Teh Risna yang merupakan ikon Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, sering kali menjadi subjek utama dari pertanyaan mereka. Keterlibatan beliau ini telah memberikan pengaruh besar pada *engagement* konten Rebo Nyunda. Setelah itu, tim akan melakukan *editing* dan salah satu yang sangat diperhatikan dalam *editing* konten Rebo Nyunda ini adalah *subtitle* penggunaan huruf Sunda seperti contohnya e biasa dan é curek. Hal tersebut dilakukan agar pesan yang akan disampaikan dapat mudah dipahami oleh target audiens.

Tahap terakhir, yaitu *Critical Evaluation*, tim akan berdiskusi untuk mengeliminasi konten yang telah dibuat dan membentuk ide-ide baru sebagai solusi terbaik. Tahap evaluasi ini dilakukan dua kali, yaitu sebelum dan sesudah konten Rebo Nyunda dipublikasikan. Evaluasi sebelum dipublikasikan dilakukan dengan *quality control* atau pemeriksaan konten oleh atasan untuk memastikan bahwa konten tersebut telah memenuhi standar yang diinginkan. Jika konten sudah disetujui, konten tersebut akan langsung dipublikasikan pada akun instagram @disbudpar.bdg, di hari rabu, jam 3 sampai 6 sore.

Setelah konten dipublikasikan, tim akan kembali melakukan evaluasi dengan cara mengukur keberhasilan dari konten Rebo Nyunda. Untuk mengukur konten tersebut, tim melakukan analisis konten Rebo Nyunda berdasarkan berbagai metrik kinerja seperti tingkat keterlibatan, jumlah pengikut baru, jumlah *likes* dan komentar, serta dampak keseluruhan dari setiap postingan konten tersebut. Analisis ini dilakukan secara manual menggunakan excel untuk memudahkan mereka menganalisis konten perpillar. Evaluasi konten ini dilakukan setiap satu bulan sekali dan dari hasil evaluasi tersebut tim biasanya akan mengintegrasikan *feedback* audiens ke dalam perencanaan konten selanjutnya.

Rangkaian proses pengelolaan konten Rebo Nyunda ini telah memperlihatkan peran pendekatan *design thinking*, yang mana mereka menangkap fenomena penurunan bahasa sunda di generasi muda dan kemudian mereka akan mengemas sebuah ide sebagai solusi. Hal ini terlihat dari penggalan ide dan perencanaan konten yang mana mereka melakukan *brainstorming* dengan tim dan pamong budaya untuk memilih topik konten Bahasa Sunda yang *relatable* dan biasa digunakan pada percakapan sehari-hari sehingga pesan dalam konten tersebut dapat terasa dekat dan dipahami oleh target audiens. Selain mudah dipahami, tim *Social Media Specialist* juga berusaha mengemas konten Rebo Nyunda dengan menarik dengan melibatkan karyawan, ikon Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, serta melakukan *editing* baik itu template font, audio, dan lainnya.

Pada proses publikasi atau pendistribusian, tim akan melihat kapan target audiens aktif di Instagram sehingga proses publikasi dapat dilakukan pada waktu yang optimal. Dengan mengetahui kapan audiens paling aktif, tim dapat mengatur jadwal posting agar konten memiliki peluang lebih besar untuk dilihat, direspon, dan dibagikan. Dalam hal ini *design thinking* menjadi pendekatan yang sangat besar perannya dalam konten Rebo Nyunda karena berdasarkan hasil penelitian dari beberapa informan pendukung mengatakan konten bahasa Sunda yang disajikan ini menarik, mudah dipahami, dan telah menambah pembedaharaan kosakata bahasa Sunda mereka.

Hambatan Pengelolaan Konten Rebo Nyunda

Dalam sebuah proses komunikasi, hambatan atau gangguan menjadi salah satu hal yang tidak bisa dihindari. Berbagai strategi yang dilakukan tidak akan luput dari sebuah hambatan. Jika kita melihat hakikat komunikasi sebagai suatu sistem, hambatan komunikasi bisa terjadi pada semua elemen yang mendukungnya, termasuk faktor lingkungan di mana komunikasi itu terjadi. Menurut Shannon dan Weaver, gangguan komunikasi akan terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif (Turner, 2008).

Berdasarkan hasil penelitian, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung mengalami beberapa kendala atau hambatan dalam penyusunan konten Rebo Nyunda. Adapun kendala tersebut adalah *creative block* atau terjadi pada saat proses penggalian ide. Meskipun mereka sering mengalami hal tersebut, mereka tidak pernah benar-benar kehabisan ide atau berhenti memposting. Hal ini dikarenakan pada proses penggalian ide mereka mempunyai tim, atasan, dan pamong budaya yang sering membantu memberikan *feedback* dan ide-ide baru. Selain itu, mereka juga akan mengemas ulang konten yang pernah dipublikasikan dengan tampilan berbeda untuk menjaga keberagaman dan daya tarik konten.

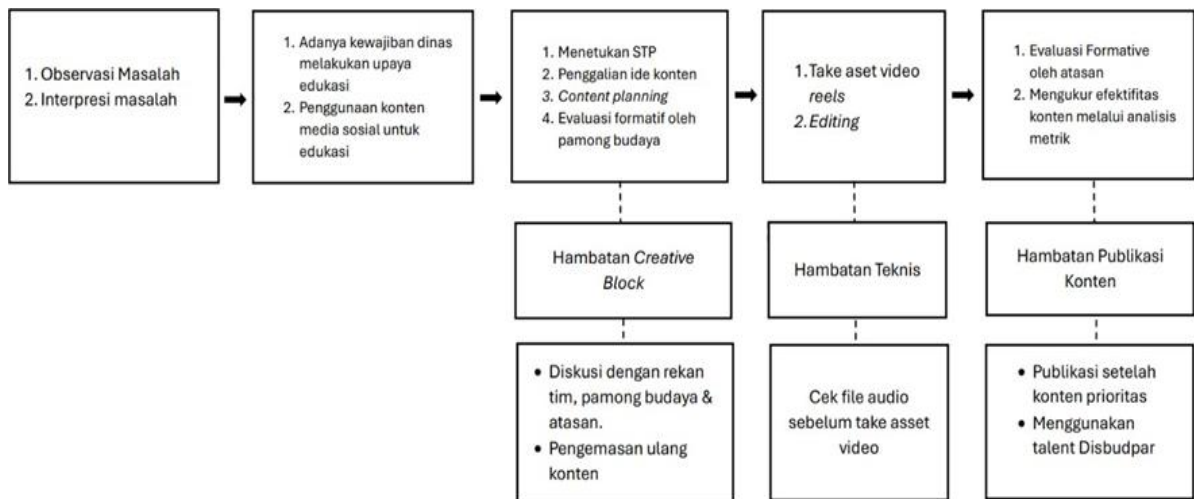
Dalam proses produksi konten Rebo Nyunda juga, tim sering kali menghadapi hambatan teknis seperti insiden audio yang tidak terekam dengan baik ketika melakukan produksi take aset video *reels*. Audio pada konten Rebo Nyunda ini memungkinkan audiens untuk mendengar ucapan atau pelafalan bahasa Sunda. Namun dengan adanya gangguan teknis ini, tentunya dapat menjadi penghambat dalam penyampaian pesan. Untuk mengatasi masalah teknis ini, tim akan memeriksa file audio setelah satu pertanyaan direkam. Alternatif lain yang dilakukan untuk mengatasi hal tersebut, yaitu merekam dengan

ponsel dan menyatukan audio serta video selama proses *editing* untuk menghindari audio yang tidak terekam dengan baik.

Selanjutnya publikasi konten yang tidak sesuai jadwal juga menjadi hambatan dari pengelolaan konten. Hambatan tersebut muncul ketika ada konten lain dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang memerlukan publikasi lebih cepat, sehingga prioritas diberikan pada konten tersebut. Selain itu, hambatan ini terjadi saat memproduksi konten *reels* yang melibatkan masyarakat umum. Hal ini karena jawaban yang mereka lontarkan tidak dapat diprediksi sehingga menyebabkan proses *editing* dan persetujuan dari atasan menjadi berulang. Untuk mengatasi hambatan ini, tim seringkali menggunakan talent dari rekan-rekan karyawan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang sudah memahami nilai dan karakter media sosial mereka, proses ini menjadi lebih efisien dan minim revisi, sehingga jadwal tayang tidak banyak tertunda.

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pengelolaan konten Rebo Nyunda sebagai upaya pelestarian bahasa Sunda pada media sosial instagram @disbudpar.bdg ini memiliki keselarasan dengan pendekatan *design thinking* yang dilakukan oleh Pressman (2019). Namun, tahapan pengelolaan konten Rebo Nyunda menggunakan *design thinking* ini memiliki perbedaan dengan tahapan pengelolaan konten pada topik penelitian sebelumnya dengan judul Analisis Strategi Pengelolaan Konten (Studi Kasus Pada Konten Youtube "Ternyata Begini" dan "Coba Tebak" Cretivox) oleh Chresensia Inez Chrisanti (2022). Pada penelitian ini evaluasi dilakukan pada tahap perencanaan, sebelum publikasi, dan setelah publikasi untuk mengukur efektifitas konten. Hal ini karena konten Rebo Nyunda sendiri terdapat unsur budaya yang dimana tidak boleh ada kesalahan dalam menyampaikan informasinya untuk memastikan bahwa tujuan pelestarian budaya dapat tercapai. Evaluasi di tahap perencana dan sebelum publikasi ini merupakan bagian dari evaluasi formatif yang mana dilakukan selama proses atau produk itu dirancang untuk memperbaiki, meningkatkan dan dapat dikatakan sebagai evaluasi berkelanjutan yang mengiringi upaya pengembangan atau proses perubahan yang lebih besar (Joyce, 2019).

Peneliti juga merumuskan model pengelolaan konten Rebo Nyunda pada media sosial instagram @disbudpar.bdg yang ditinjau mulai dari pengumpulan informasi hingga evaluasi serta hambatan dalam proses pengelolaan konten, yaitu sebagai berikut:



Gambar 4. Model Pengelolaan Konten Rebo Nyunda

Sumber: Olahan Peneliti, 2023.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan bahwa:

1. Rebo Nyunda dilakukan kepada generasi muda melalui media sosial karena banyak generasi muda yang ditemuinya tidak begitu menguasai bahasa Sunda. Hal ini tentunya dapat membuat bahasa Sunda terancam punah apabila penuturnya tidak lagi menggunakan dan mewariskan ke generasi berikutnya. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang memiliki kewajiban melestarikan bahasa daerah, melakukan upaya edukasi setiap hari rabu sebagai pertimbangan dari Peraturan Daerah Kota Bandung Pasal 10 ayat 1. Media sosial menjadi salah satu akses yang digunakan untuk edukasi ini karena paling dekat dengan target audiensnya, yaitu generasi muda. Adanya pemahaman terkait masalah ini telah menunjukkan keselarasan pada tahapan *information gathering* pada *design thinking*. Selain itu, tahap implementasi peraturan daerah oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk mengedukasi masyarakat lewat konten Rebo Nyunda melalui media sosial juga menjadi tahap *Problem Analysis and Define*.
2. Proses penyusunan konten Rebo Nyunda juga masih termasuk dalam tahapan *Design Thinking*, yaitu pada tahap *Idea Generation*, *Synthesis Through Modeling*, dan *Critical Evaluation*. Dimana pada proses *Idea Generation* dilakukan proses penggalan ide, perencanaan konten, dan konfirmasi pada pamong budaya. Selanjutnya, tahap *Synthesis Through Modeling* melakukan take asset dan *editing* konten. Sementara itu, tahap terakhir *Critical Evaluation* dilakukan secara dua tahap, yaitu sebelum publikasi

- konten dengan cara *quality control* oleh atasan dan setelah publikasi konten dengan cara analisis matriks.
3. Hambatan yang dihadapi dalam mengelola konten Rebo Nyunda adalah hambatan *creative block*, hambatan teknis, dan hambatan publikasi konten. Pada hambatan *creative block* terjadi karena kehabisan ide dan solusi dari hal tersebut adalah mereka akan melakukan diskusi dan mengemas ulang konten. Selanjutnya hambatan teknis terjadi karena audio yang tidak terekam dan solusi untuk hal ini tim akan melakukan pemeriksaan terlebih dahulu file audio atau alternatif lainnya merekam dengan ponsel. Terakhir hambatan publikasi konten terjadi karena dua hal yaitu adanya konten yang perlu dipublikasikan terlebih dahulu dan adanya proses revisi yang berulang. Adapun solusi dari hambatan tersebut adalah menggunakan talent dari karyawan Disbudpar yang sudah mengetahui nilai media sosial mereka.
 4. Proses pengelolaan konten melalui *design thinking* yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dengan pihak lainnya memiliki perbedaan. Pada pengelolaan konten yang melibatkan unsur budaya ini menuntut perlunya ketelitian ekstra untuk memastikan bahwa tujuan pelestarian budaya dapat tercapai tanpa menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat. Oleh karena itu, setiap konten bahasa Sunda yang diproduksi, harus melalui beberapa kali proses evaluasi baik pada tahap perencanaan, sebelum publikasi, dan setelah publikasi untuk memastikan bahwa pesan disampaikan benar dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhamidi, R. (2023). Minder Jadi Alasan Memudarnya Bahasa Sunda di Jabar. DetikJabar. Diperoleh tanggal 13 Januari 2024, dari <https://www.detik.com/jabar/budaya/d-6597752/minder-jadi-alasan-memudarnya-bahasa-sunda-di-jabar>
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2019). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Aranditio, S. (2023). Para Penutur Bahasa Daerah Berguguran. Kompas. Diperoleh tanggal 10 Juni 2024 <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/11/01/nasib-bahasa-daerah-mundur-konsisten>
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95–107. <https://ejournal.umpri.ac.id/index.php/fokus/article/view/387>

- Chrisanti, C. I. (2022). Analisis Strategi Pengelolaan Konten (Studi Kasus Pada Konten Youtube "Ternyata Begini dan "Coba Tebak" Creativox). (Skripsi Sarjana, Universitas Telkom).
- Darmayanti, N., Amalia, R. M., & Risagarniwa, Y. Y. (2018). KEBIJAKAN PEMERINTAH KOTA BANDUNG DALAM PELESTARIAN BAHASA, SASTRA, DAN AKSARA SUNDA: SUATU KAJIAN PERENCANAAN BAHASA. Repositori Institusi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. <https://repositori.kemdikbud.go.id/11123/>
- Farizqi, A. M. (2022). STRATEGI PENGELOLAAN KONTEN "F BEAUTY STANDARD" DALAM MEMBANGUN ELECTRONIC WORD OF MOUTH PADA AKUN INSTAGRAM @madformakeup.co. (Skripsi Sarjana, Universitas Telkom).
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN KREASI SENI DALAM PEMBELAJARAN. JPKS (Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni), 6(1), 32–44. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JPKS/article/view/11602/7384>
- Jaya, I. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: QUANDRANT.
- Joyce, A. (2019, Agustus 7). Formative vs. Summative Evaluations. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/formative-vs-summative-evaluations/>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2008). KBBI Web. https://kbbi.web.id/konten#google_vignette
- Marannu, B dan Putra, S. Y. (2024). Creative Block (Menghidupkan Kembali Inspirasi yang Hilang). Yogyakarta: PT Penerbit Penamuda Media.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi . Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Nasrullah, R. (2021). Manajemen Komunikasi Digital (I). Jakarta: KENCANA.
- Nugraheni, B. L. Y., Chrismastuti, A. A., & Sitingjak, E. L. M. (2021). Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Dengan Berbagai Paradigma Penelitian. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Nurchayati, U.N., Badriah, L., Rahmadini, F. Y & Arifin. F. P. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN BUDAYA LOKAL. International Conference on Cultures and Languages, 2(1), 359. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/iccl.v2i1.9607>
- Pressman, A. (2019). Design Thinking: A Guide to Creative Problem Solving for Everyone. New York: Routledge.
- Qonita, A. Z. (2024). Proses Analisis Media Sosial Pada Instagram @Telkomuniversity Sebagai Strategi Public Relations Telkom University. (Skripsi Sarjana, Univesitas

Telkom).

- Ridha, N. (2017). PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. <https://e-jurnal.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/view/18/15>
- Setiawan, D., Yudha, Y. P., Saputra, B., & Rohman, M. (2022). Implementasi Design Thinking Process Framework Dalam Content Digital Product Development Informasi LENTERA UNIPMA. *Journal of Computer, Information System, & Technology Management*, 05(2), 54–60. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/RESEARCH/article/view/13494>
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif (3rd ed.)*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sukma. (2021). *Demi Bahasa Bermanfaat dan Bermartabat*. Yogyakarta: Deepublish.
- Supriani. (2024). Generasi Muda Berperan Penting Melestarikan Kebudayaan Daerah. *Radio Republik Indonesia*. Diperoleh tanggal 3 Agustus 2024, dari <https://www.rri.co.id/daerah/606648/generasi-muda-berperan-penting-melestarikan-kebudayaan-daerah>
- Syahrudin, Mahdar, Sarlan, A., Asmurti, & Muslan. (2023). FENOMENA KOMUNIKASI DI ERA VIRTUALITAS (Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial). Cirebon CV. Green Publisher Indonesia.
- Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wicaksono, T. A. (2024). PENGELOLAAN KONTEN INSTAGRAM @KEMENTERIANLHK DALAM MENUNJANG KAMPANYE KONSERVASI SATWA. (Skripsi Sarjana, Universitas Telkom).
- Zein, A., Yusnanto, T., Hambali, I. N. T. S. T. R., Widodo, T. W., Zaharah, Riaeni, I., & Khasanah. (2023). *Konsep Dasar E-learning*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.