



Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Mandarin Dan Budaya Tiongkok

Septerianie Sutandi*, Selvia

Universitas Kristen Maranatha, Indonesia

*septerianie.sutandi@lang.maranatha.edu

Abstract

With very rapid technological advances, the use of social media has become a lifestyle for the general public in various fields, including education. Social media is a new alternative learning media that can provide changes to the learning system. The Instagram of PT. Bolong Media Indonesia presents content about China in the fields of politics, business, technology, language and culture, etc. The aim of this research is to analyze the use of Instagram PT. Bolong Media Indonesia as a medium for learning Mandarin and Chinese culture. This research is a qualitative descriptive research. This research data was obtained through the process of identifying content of Instagram PT Bolong Media Indonesia and distributing questionnaires. The preparation of the questionnaire and analysis of survey results was carried out based on the Uses & Gratifications Theory. The results of this research are the Instagram of PT. Bolong Media Indonesia is suitable for use as a medium for learning Mandarin language and Chinese culture in Indonesia based on digital literacy, making it easier for students to independently search for sources of information and deepen their understanding and language skills.

Keywords: Social Media; Mandarin Learning; Chinese Culture; Instagram

Abstrak

Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, penggunaan media sosial sudah menjadi gaya hidup masyarakat umum dalam berbagai bidang, termasuk bidang pendidikan. Media sosial merupakan salah satu alternatif baru media pembelajaran yang dapat memberikan perubahan pada sistem pembelajaran. Akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia menyajikan konten seputar Tiongkok dalam bidang politik, bisnis, teknologi, bahasa dan budaya, dll. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pemanfaatan Instagram PT. Bolong Media Indonesia sebagai media pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tionghoa. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data penelitian ini didapatkan melalui proses identifikasi konten Instagram PT. Bolong Media Indonesia serta penyebaran kuesioner. Penyusunan kuesioner dan analisis hasil survei dilakukan berdasarkan Teori Uses & Gratifications. Hasil dari penelitian ini adalah akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia layak digunakan sebagai media pembelajaran bahasa Mandarin dan budaya Tionghoa di Indonesia berbasis literasi digital, memudahkan pemelajar untuk mandiri mencari sumber informasi serta memperdalam pemahaman dan kemampuan berbahasa.

Kata Kunci: Media Sosial; Pembelajaran Bahasa Mandarin; Budaya Tiongkok; Instagram

Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini, informasi menjadi salah satu kebutuhan yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu bentuk informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah berita. Berita merupakan sebuah karangan faktual yang membahas

suatu masalah secara lengkap dan memiliki panjang yang tidak tentu (Wahjuwibowo, 2015). Dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat, berita dapat diakses kapanpun dan di manapun melalui pemanfaatan media sosial. Media sosial memiliki berbagai macam fungsi, serta sudah menjadi gaya hidup masyarakat saat ini. Kemudahan dalam penggunaan media sosial juga menjadi alasan masyarakat lebih tertarik untuk menggunakannya (Adiasti, 2021). Platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia pada beberapa tahun terakhir adalah Instagram.

PT. Bolong Media Indonesia (博龙印尼媒体有限公司 Bólóng Yinní Méiti Yǒuxiàn Gōngsī) atau yang biasa disebut Bolong.id merupakan salah satu media berita *online* yang berada di Indonesia, yang menerbitkan berita dalam negeri dan luar negeri khususnya seputar Tiongkok yang telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia. PT. Bolong Media Indonesia melihat, menyaring, menerjemahkan, serta memeriksa ulang berita-berita terkini dan menyajikan kepada masyarakat Indonesia (Asnia & Ningsih, 2022). Teori Uses & Gratifications merupakan salah satu teori komunikasi yang dicetuskan oleh Katz, Blumber, dan Gurevitch, yang menitikberatkan pada motif seseorang mengapa memilih dan menggunakan suatu media untuk memenuhi kebutuhannya. Terdapat lima asumsi dasar Teori Uses & Gratifications:

1. Pengguna adalah pengguna aktif, mempunyai tujuan dalam menggunakan suatu media;
2. Terdapat inisiatif dari pengguna untuk mengaitkan pemenuhan kebutuhan dengan pemilihan suatu media;
3. Media berkompetisi dengan media lainnya dalam memuaskan kebutuhan pengguna;
4. Pengguna memiliki motif, minat, dan kesadaran diri dalam menggunakan suatu media, sehingga dapat memberikan deskripsi yang akurat akan kegunaan suatu media;
5. Penilaian terhadap nilai isi suatu media dapat dinilai oleh pengguna (Anisah et al., 2021).

Teori Uses & Gratifications dapat menjelaskan bagaimana pengguna secara aktif menikmati dan mencari informasi yang disediakan oleh sebuah media untuk memenuhi kebutuhannya. Karena tujuan dan kebutuhan setiap pengguna mungkin berbeda, maka cara pengguna menggunakan suatu media juga dapat berbeda (Nabil et al., 2021). Dalam sebuah proses pembelajaran, sangat diperlukan media pembelajaran yang tepat. Media pembelajaran adalah segala sesuatu yang disampaikan pengajar untuk merangsang pikiran dan minat pemelajar untuk belajar (Tafonao, 2018). Media pembelajaran juga merupakan sumber belajar yang berisi bahan-bahan pembelajaran untuk memperjelas materi guna mendukung tercapainya tujuan pembelajaran secara efisien dan efektif (Ridwan et al., 2021). Dalam pengembangannya, media pembelajaran juga diartikan sebagai multimedia yang menyampaikan informasi melalui dimensi audio atau visual, dapat digunakan dalam proses pengajaran di dalam atau di luar kelas (Arta et al., 2019). Saat ini media pembelajaran dapat dimanfaatkan pengajar dan pemelajar tanpa bertemu secara langsung, internet dapat memfasilitasi keduanya memanfaatkan media pembelajaran berbasis teknologi informasi (Triyana, 2018).

Media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan teknologi *web 2.0*, yang memberikan kesempatan penggunanya untuk menciptakan dan bertukar *usergenerated content* (Triyana, 2018). Untuk kondisi di Indonesia, survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia menunjukkan 49,52% pengguna internet di Indonesia merupakan kelompok usia 19-34 tahun. Jumlah pengguna media sosial Instagram di Indonesia menempati posisi keempat di dunia atau tertinggi di Asia (Anisah et al., 2021). Saat ini Instagram merupakan media

sosial yang paling sering digunakan oleh generasi muda Indonesia karena dianggap paling atraktif dan memiliki fitur-fitur menarik. Selain mengunggah foto dan video, mereka menggunakan Instagram sebagai sarana untuk mencari informasi (Apriansyah & Antoni, 2018). Dalam dunia pendidikan, sejak beberapa tahun lalu, pengajar telah memanfaatkan konten media sosial untuk mengajak pemelajar terlibat dalam pembelajaran (Blair & Serafini, 2014). Dengan adanya perkembangan paradigma tentang media pembelajaran serta melihat tingginya intensitas penggunaan Instagram di Indonesia, maka sangatlah beralasan pengajar memanfaatkan Instagram sebagai media pembelajaran. Beberapa kajian pustaka dari penelitian terdahulu menunjukkan dampak positif dari pemanfaatan media sosial (secara umum) dan Instagram (secara khusus) dalam proses pembelajaran beberapa bidang/mata pelajaran.

1. Mahasiswa merasa media sosial merupakan media yang praktis untuk mendapatkan informasi karena mereka cukup dengan mengikuti akun-akun yang dianggap dapat memberikan informasi-informasi yang mereka perlukan. Penelitian tersebut menyimpulkan media sosial merupakan media yang memudahkan mahasiswa melakukan apapun, dimanapun, dan kapanpun. Mahasiswa dapat mencari sumber informasi untuk memperdalam pemahaman materi secara mandiri. Sebelum atau sesudah mendapatkan materi dari dosen saat perkuliahan, mahasiswa dapat mengaitkannya dengan referensi yang mereka dapatkan di media sosial, hal ini dapat merangsang mahasiswa untuk berpikir kritis dan tidak hanya berpatokan pada satu sumber saja (Aprilizdihar et al., 2022).
2. Media sosial sebagai aplikasi yang paling sering diakses oleh pemelajar dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran berbasis literasi digital. Optimalisasi peran media sosial tersebut tentunya memerlukan arahan dari pengajar agar pemelajar mempunyai pemahaman literasi digital yang baik dan meminimalisasi efek negatif dari media sosial. Media sosial dapat digunakan untuk mengajarkan pemelajar mengenali isu dan informasi hoaks, serta melatih pemelajar memahami karakteristik orang dan kejadian di lingkungannya sehingga dapat berdampak positif terhadap keterampilan sosial pemelajar. Pemanfaatan media sosial dapat diterapkan pada kegiatan menyimak informasi secara visual atau audio, menulis, ataupun pembelajaran berbicara (Assidik, 2018; Sari et al., 2018).
3. Pemelajar tingkat SMA mempunyai persepsi positif terhadap pemanfaatan Instagram sebagai media pembelajaran bahasa Inggris. Intensitas penggunaan bahasa Inggris yang cukup tinggi pada konten-konten Instagram telah membantu meningkatkan kosakata bahasa Inggris mereka. Penelitian ini juga menyimpulkan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram paling mengakomodasi peningkatan keterampilan mendengarkan dan menulis pemelajar menggunakan bahasa Inggris (Santosa, 2020).
4. Kelebihan dari penerapan Instagram sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia, antara lain: (1) proses pembelajaran atau pemberian dan pengumpulan tugas melalui Instagram dapat dilakukan tanpa mengharuskan pengajar dan pemelajar duduk bersama di dalam kelas; (2) Instagram tidak berbayar dan dapat diakses oleh siapapun; (3) fitur-fitur yang dimiliki Instagram memberikan kesan menarik untuk digunakan (Ambarsari, 2020).

Dari banyaknya kajian pustaka sejenis terdahulu, belum ada yang membahas secara fokus pemanfaatan suatu akun media sosial Instagram sebagai media pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok. Karena akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia menyajikan konten seputar Tiongkok dalam bidang politik, bisnis, teknologi, bahasa dan budaya, dll, maka peneliti berpendapat akun Instagram ini layak untuk diteliti pemanfaatannya sebagai media pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok di

Indonesia. Hal inilah yang akan menjadi kebaruan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan media pembelajaran bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok di Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mendukung optimalisasi pemanfaatan teknologi dalam pengembangan pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok di Indonesia.

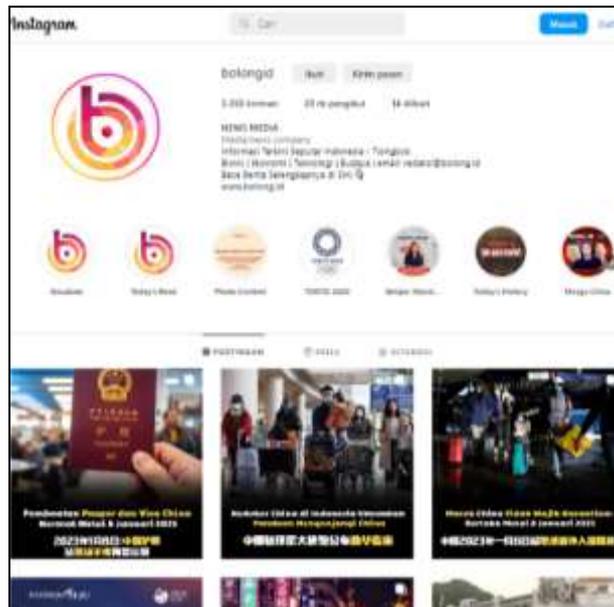
Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif ini menggunakan akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia sebagai objek penelitian, difokuskan pada pemanfaatan objek penelitian tersebut sebagai media pembelajaran bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok. Penelitian diawali dengan identifikasi terhadap konten Instagram meliputi kategori konten, isi konten, cara penyampaian, dan desain. Berikutnya, peneliti melakukan survei kepada 52 pemelajar Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok di Prodi D3 Bahasa Mandarin dan S1 Sastra China Universitas Kristen Maranatha yang telah membaca konten Instagram PT. Bolong Media Indonesia secara rutin. Survei tersebut dilakukan untuk mengetahui respon responden terhadap pemanfaatan Instagram PT. Bolong Media Indonesia sebagai media pembelajaran. Penyusunan kuesioner dan analisis hasil survei dilakukan berdasarkan Teori Uses & Gratifications. Teori Uses & Gratifications relevan digunakan dalam penelitian ini, dapat membantu menjelaskan alasan mengapa media sosial Instagram PT. Bolong Media Indonesia tepat digunakan sebagai media pembelajaran bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok di Indonesia. Hasil identifikasi kedua langkah di atas digunakan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram PT. Bolong Media Indonesia sebagai media pembelajaran bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok serta menganalisis kelebihan dan kekurangannya.

Hasil dan Pembahasan

1. Analisis Konten Instagram PT. Bolong Media Indonesia (@bolongid)

PT. Bolong Media Indonesia adalah sebuah perusahaan media berita *online* Indonesia yang memiliki nama Mandarin 博龙印尼媒体有限公司 (Bó Lóng Yìnní Méitǐ Yōuxiàn Gōngsī), yang menyajikan berita-berita bidang bisnis, ekonomi, teknologi, dan budaya. Sasaran pengguna dari Instagram PT. Bolong Media Indonesia adalah masyarakat Indonesia, sehingga bahasa utama yang digunakan dalam setiap kontennya adalah Bahasa Indonesia. Namun sebagai media yang memberitakan hal-hal terkini tentang Tiongkok serta hubungan antara Indonesia dan Tiongkok, tentunya Instagram PT. Bolong Media Indonesia tidak terlepas dari kemunculan Bahasa Mandarin. Berita-berita yang disajikan oleh PT. Bolong Media Indonesia umumnya bersumber dari berita-berita berbahasa Mandarin. PT. Bolong Media Indonesia memilih, menyaring, mengemas secara ringkas setiap berita atau pengetahuan yang akan disajikan, lalu mereka alih bahasakan ke dalam Bahasa Indonesia agar mudah dimengerti oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, melalui beberapa konten dan program yang disajikan, PT. Bolong Media Indonesia juga memperkenalkan penggunaan Bahasa Mandarin. PT. Bolong Media Indonesia menyajikan berita-berita terkait melalui berbagai media digital dan media sosial, antara lain *website* (<https://bolong.id/>), aplikasi pada *smartphone*, Youtube, Facebook, Twitter, TikTok dan Instagram. Sesuai dengan fokus penelitian ini, peneliti hanya akan menganalisis konten dari Instagram PT. Bolong Media Indonesia. Akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia (@bolongid) saat ini sudah diikuti oleh lebih dari 20.000 pengikut.



Gambar 1. Tampilan Instagram PT. Bolong Media Indonesia

Peneliti telah menjelajahi berita atau pengetahuan yang diunggah Instagram PT. Bolong Media Indonesia, baik yang berupa gambar maupun video pendek.

a. Analisis Isi Konten dan Penggunaan Bahasa

Peneliti mendapati berita atau pengetahuan yang disajikan mencakup berbagai bidang, yaitu: hubungan Indonesia dan Tiongkok, kebijakan Tiongkok, budaya, pariwisata, ekonomi, teknologi, pendidikan, tokoh, hubungan Tiongkok dengan negara lain, cara komunikasi Bahasa Mandarin. Sasaran pengguna dari Instagram PT. Bolong Media Indonesia adalah masyarakat Indonesia, sehingga bahasa utama yang digunakan dalam setiap kontennya adalah Bahasa Indonesia. Namun sebagai media yang memberitakan hal-hal terkini tentang Tiongkok serta hubungan antara Indonesia dan Tiongkok, tentunya Instagram PT. Bolong Media Indonesia tidak terlepas dari kemunculan Bahasa Mandarin. Berikut adalah analisis isi dan penggunaan bahasa dari konten Instagram PT. Bolong Media Indonesia terdiri dari:

1) Instagram Feed dan Instagram Reels

Berita atau pengetahuan ditampilkan dalam bentuk *slide* gambar ataupun video pendek. Untuk konten yang berupa gambar, setiap satu berita atau pengetahuan umumnya disajikan dalam 5-7 *slide*, *slide* pertama merupakan judul berita atau pengetahuan yang akan disajikan, lalu *slide* kedua dan selanjutnya merupakan isi berita atau pengetahuan. *Slide* pertama dan *slide-slide* selanjutnya semua disertai gambar ilustrasi atau foto-foto terkait. PT. Bolong Media Indonesia juga menampilkan berita atau pengetahuan yang berasal dari sumber berbentuk video pendek. Seluruh konten Instagram Feed PT. Bolong Media Indonesia (baik konten gambar maupun video) disertai dengan *caption* berbahasa Indonesia yang merupakan ringkasan dari video berita atau pengetahuan yang disajikan. Untuk konten yang berupa gambar, judul berita atau pengetahuan yang disajikan pada *slide* pertama terdiri dari dua bahasa, yaitu Bahasa Indonesia terlebih dahulu, lalu diikuti dengan terjemahan Bahasa Mandarin-nya.



Gambar 2. Contoh Tampilan *Slide* Pertama

Konten Instagram Feed PT. Bolong Media Indonesia

Dalam judul dua bahasa tersebut, PT. Bolong Media Indonesia menggunakan kombinasi warna kuning dan warna putih. Untuk bagian dari judul Bahasa Indonesia yang menggunakan warna kuning, saat diterjemahkan menjadi judul Bahasa Mandarin, bagian tersebut juga menggunakan warna kuning. Untuk *slide* kedua dan selanjutnya, semua isi berita dan pengetahuan disajikan menggunakan Bahasa Indonesia.

2) Instagram Story

Agar pengguna dapat terus mengakses dan mempelajari konten-konten yang disajikan, konten-konten Instagram Story PT. Bolong Media Indonesia tetap disimpan dalam Highlight. Konten Instagram Story PT. Bolong Media Indonesia menampilkan pengetahuan dan pembelajaran Bahasa Mandarin, antara lain:

- a) Today's Read: menampilkan judul berita, gambar foto / gambar ilustrasi terkait, serta tautan berita ke laman www.bolong.id.
- b) Today's in History: menampilkan tanggal-tanggal yang memiliki peristiwa penting dalam sejarah Tiongkok, serta tautan penjelasan ke laman www.bolong.id.
- c) Marga China: memperkenalkan beberapa marga Tionghoa terbesar serta tokoh-tokoh Tiongkok dan Tionghoa Indonesia yang memiliki marga tersebut, serta tautan penjelasan ke laman www.bolong.id.
- d) Kosakata: memperkenalkan kosakata berbagai bidang, pada setiap halamannya ditampilkan beberapa kosakata terkait suatu bidang yang terdiri dari aksara Han, Hanyu Pinyin, dan arti dalam Bahasa Indonesia. Kosakata yang diperkenalkan bukan hanya bidang-bidang umum saja, tetapi juga memperkenalkan kosakata terkait suatu hari raya atau peristiwa/tren yang terjadi di Indonesia dalam Bahasa Mandarin.
- e) Peribahasa: menyajikan aksara Han dari idiom dan pepatah Tiongkok tersebut, serta arti dan gambar ilustrasinya.
- f) Belajar Bahasa Mandarin: menampilkan foto narasumber, topik pembelajaran dan tautan video ke *channel* Youtube BolongID. Video yang ditayangkan mengajarkan ucapan formal, ucapan sesuai perkembangan tren, serta pengetahuan penggunaan bahasa tersebut. Penjelasan dari narasumber dilengkapi dengan contoh praktek penggunaannya.

Seluruh tampilan konten Instagram Story yang termasuk dalam kategori pengetahuan sepenuhnya disajikan dalam Bahasa Indonesia, berita dan penjelasan

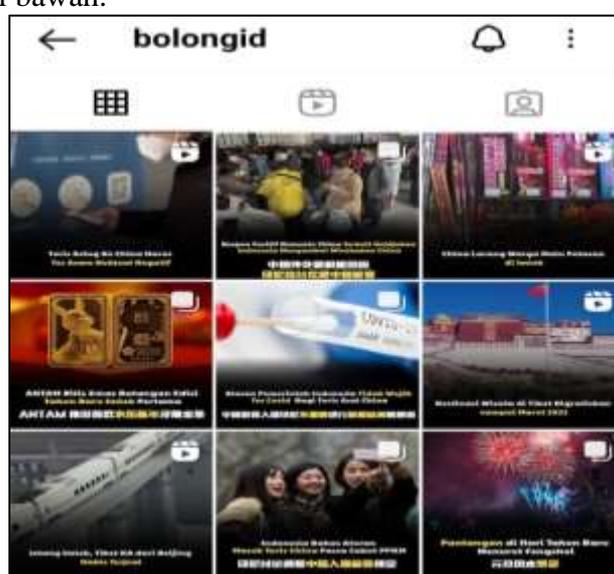
pada tautan terkait pun menggunakan Bahasa Indonesia. Aksara Han hanya muncul pada nama marga pada judul konten pengetahuan perkenalan marga Tionghoa terbesar. Untuk konten yang termasuk dalam kategori pembelajaran Bahasa Mandarin, dalam mengajarkan kosakata Bahasa Mandarin berbagai bidang, idiom Tiongkok, dan pepatah Tiongkok, PT. Bolong Media Indonesia menampilkan aksara Han dari kosakata/idiom/pepatah tersebut, serta menampilkan arti dalam Bahasa Indonesia. Sedangkan, untuk konten video pembelajaran “Belajar Mandarin”, penjelasan dari narasumber menggunakan bahasa pengantar Bahasa Indonesia, dilengkapi dengan aksara Han dari kata/kalimat yang diajarkan, *Hanyu Pinyin*, arti dalam Bahasa Indonesia.

b. Analisis Desain

Untuk dapat menarik dan mempertahankan minat pengguna untuk membaca konten/pengetahuan, maka Instagram PT. Bolong Media Indonesia perlu memperhatikan tampilan konten yang tidak mungkin terlepas dari unsur-unsur desain. Adapun analisis desain untuk setiap jenis konten Instagram PT. Bolong Media Indonesia adalah sebagai berikut:

1) Instagram Feed

Untuk konten Instagram Feed yang berupa gambar, baik pada *slide* judul maupun *slide* isi, gambar yang digunakan pada konten yang berupa berita umumnya menggunakan foto-foto asli terkait kejadian yang sedang diberitakan pada konten tersebut. Dan untuk konten yang berupa pengetahuan, gambar yang digunakan adalah foto ilustrasi terkait pengetahuan tersebut yang berfungsi untuk membantu menjelaskan pengetahuan yang sedang diperkenalkan supaya lebih realistis. Foto asli atau foto ilustrasi yang digunakan memiliki resolusi gambar yang cukup tinggi, sehingga gambar yang disajikan dalam Instagram PT. Bolong Media Indonesia sangat jelas. Sedangkan untuk konten Instagram Feed yang berupa video pendek, agar dapat memberikan informasi yang otentik, jelas, dan bergerak, PT. Bolong Media Indonesia menggunakan video asli dari kejadian yang sedang diberitakan. Selain itu, beberapa video pendek lainnya adalah hasil gabungan beberapa gambar atau foto yang dirangkai menjadi sebuah video. PT. Bolong Media Indonesia mengadopsi video berita atau pengetahuan dari lembaga-lembaga Indonesia, Tiongkok, dan beberapa negara lainnya, dengan mencantumkan sumber berita pada sisi kiri bawah.



Gambar 3. Contoh Tampilan Halaman Instagram Feed PT. Bolong Media Indonesia

Berdasarkan contoh tampilan halaman Instagram Feed yang ditunjukkan pada Gambar 3, dapat dilihat bahwa Instagram PT. Bolong Media Indonesia tidak menggunakan bingkai khusus yang memiliki warna yang seragam pada setiap tampilan kontennya, setiap konten langsung menampilkan gambar foto. Maka dari itu, tidak ada kesesuaian warna antarkonten yang disajikan. Kesesuaian warna antarkonten hanya terjadi pada area judul berita/pengetahuan pada *slide* pertama dan area isi berita/pengetahuan pada *slide-slide* berikutnya, yaitu menggunakan warna latar hitam. Jenis huruf atau tipografi yang digunakan pada judul desain konten Instagram Feed PT. Bolong Media Indonesia adalah huruf *sans serif* (tak berkait), sehingga memiliki keterbacaan yang jelas, terutama untuk tulisan judul dan isi berbahasa Indonesia. Sedangkan untuk judul berbahasa Mandarin, karena jenis huruf yang digunakan cukup tebal, maka jarak antarguratan aksara Han agak terlalu rapat, hal ini mengakibatkan ada beberapa huruf yang agak sulit dikenali.

2) Instagram Story

Desain tampilan untuk Instagram Story kategori “Today’s Read”, “Today’s in History”, perkenalan marga Tionghoa, idiom dan pepatah Tionghok, serta video pembelajaran “Belajar Mandarin” memiliki kesamaan gaya desain. Karena konten-konten tersebut menyampaikan penjelasan lengkapnya melalui laman www.bolong.id atau *channel* Youtube BolongID, maka desain tampilan Instagram Story pada kategori-kategori tersebut cenderung sederhana, hanya ditampilkan gambar ilustrasi, judul konten, serta tautan ke laman yang dituju. Desain tampilan khusus hanya digunakan pada Instagram Story yang memperkenalkan kosakata berbagai bidang. PT. Bolong Media Indonesia menampilkan gambar latar yang sesuai dengan bidang kosakata yang sedang diperkenalkan. Selain itu, dilakukan juga kombinasi dua warna untuk membedakan kemunculan kosakata antarbaris.

2. Analisis Tujuan, Kebutuhan Belajar, dan Faktor Motivasi Responden Menggunakan Instagram PT. Bolong Media Indonesia

Peneliti telah melakukan survei dan analisis terhadap motif responden mengapa memilih dan menggunakan akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia untuk memenuhi kebutuhannya.

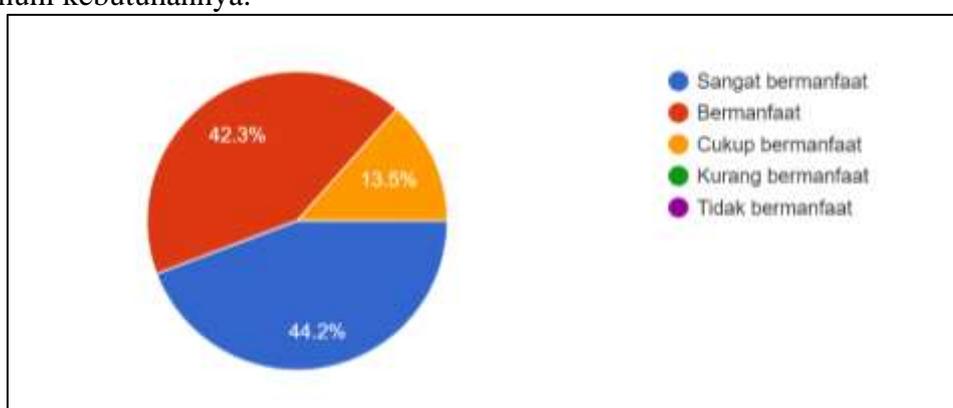


Diagram 1. Respon Responden akan Manfaat Akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia terhadap Pembelajaran Bahasa Mandarin dan Budaya Tionghok

Dari 52 orang responden, sebanyak 44,2% responden menyatakan konten akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia sangat bermanfaat, 42,3% responden menyatakan bermanfaat, dan 13,5% responden menyatakan cukup bermanfaat bagi pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tionghok mereka. Diagram 1 secara jelas menunjukkan dengan menjelajahi konten akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia, responden

mendapatkan kedua manfaat sekaligus yaitu pembelajaran Bahasa Mandarin dan pengetahuan budaya Tiongkok. Penggunaan media memiliki peranan penting untuk pelajar dalam mempelajari bahasa seperti Bahasa Mandarin (Kharis et al., 2020), dan pembelajaran sebuah bahasa tentu saja tidak dapat dipisahkan dari pembelajaran budaya (Devianty, 2017). Seluruh responden memiliki inisiatif menjelajahi konten yang disajikan pada akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia dengan tujuan memenuhi kebutuhan responden akan pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok. Sebagai pelajar Bahasa Mandarin, responden memiliki kebutuhan mencari informasi di media sosial yang menyajikan pembelajaran Bahasa Mandarin, budaya Tiongkok dan berita terkini Indonesia-Tiongkok.

Pilihan minat responden akan konten Instagram PT. Bolong Media Indonesia diurutkan mulai dari hasil survei dengan persentase tertinggi sampai terendah adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Pilihan Minat Responden Akan Konten Instagram PT. Bolong Media Indonesia

Jenis Konten	Persentase Minat Responden
IG Story - Kosakata	75%
IG Feed	67,3%
IG Story – Belajar Mandarin	59,6%
IG Reels	48,1%
IG Story - Peribahasa	38,5%
IG Story – Today’s Read	34,6%
IG Story – Today’s History	25%
IG Story – Marga China	21,2%

Responden memiliki ketertarikan pada konten-konten di atas karena konten-konten tersebut sesuai dengan materi-materi yang responden pelajari pada program studinya masing-masing. Responden di D3 Bahasa Mandarin selain mempelajari kemampuan Bahasa Mandarin dengan penguatan bidang pengajaran, pariwisata dan dunia usaha, juga dilengkapi dengan pengetahuan bidang ekonomi dan budaya Tiongkok/Tionghoa. Responden di S1 Sastra China mempelajari keterampilan Bahasa Mandarin lisan dan tulisan, pengetahuan ilmiah komprehensif Bahasa Mandarin serta pengetahuan komprehensif tentang budaya Tiongkok. Berdasarkan kebutuhan belajar responden di atas, responden tidak hanya belajar keterampilan berbicara, menyimak, membaca, dan menulis saja, tetapi juga pengetahuan budaya, sejarah, dan tradisi Tiongkok/Tionghoa. Dari hasil survei, responden menjawab bahwa seluruh konten memberi manfaat untuk seluruh mata kuliah yang ditempuh oleh para responden.

Terkait pembelajaran Bahasa Mandarin, persentase survei tertinggi sebanyak 75% terdapat pada konten Instagram Story - Kosakata. Kosakata memiliki peranan yang sangat penting dalam mempelajari suatu bahasa, karena bahasa apapun yang dipelajari pasti membutuhkan kosakata (Muliani et al., 2021). Dengan kosakata maka seorang pelajar akan dapat merangkai kata menjadi kalimat sesuai konteks, semakin banyak kosakata yang dikuasai maka semakin fasih pula dalam berbicara ataupun berkomunikasi menggunakan bahasa yang dipelajarinya. Dengan menjelajahi konten Instagram Story – Kosakata, responden merasa perbendaharaan kosakata semakin meningkat.

Untuk konten Instagram Story kategori lainnya (Belajar Mandarin, Peribahasa, Today’s Read, Today’s History, dan Marga China) responden mengungkapkan bahwa perbendaharaan kosakata baru dalam bidang ekonomi, sosial, dan politik menjadi lebih luas, pemahaman akan penggunaan kosakata pun meningkat. Konten Instagram Story akun PT. Bolong Media Indonesia pada kategori pembelajaran Bahasa Mandarin

sebagian besar menggunakan 2 bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Mandarin (mencantumkan Hanyu Pinyin / aksara Han). Konten berita terkini yang disajikan beragam (mencakup pengetahuan budaya dan pengetahuan umum) sehingga menambah wawasan responden mengenai pengetahuan umum, sejarah dan budaya Tiongkok, mengetahui perkembangan Tiongkok saat ini, mengetahui hubungan kerjasama yang terjalin antara Indonesia - Tiongkok. Pada konten Instagram Story - Peribahasa selain disajikan menggunakan Bahasa Mandarin, juga dilengkapi dengan ilustrasi gambar dan penjelasan maknanya sehingga membuat responden tertarik untuk menjelajahnya. Peribahasa Bahasa Mandarin mengandung pesan moral / nasihat yang sarat makna dan nilai-nilai budaya. Menambah perbendaharaan peribahasa dapat menunjang kemampuan berkomunikasi dan bersosialisasi dengan orang lain. Dengan mempelajari peribahasa, pemelajar diperlengkapi dengan ragam gaya bahasa dalam sastra dan pengetahuan budaya Tiongkok.



Gambar 4. Contoh Tampilan Konten Instagram Feed dan Instagram Reels PT. Bolong Media Indonesia

Instagram Feed PT. Bolong Media Indonesia, seperti pada Gambar 4 (kiri) menampilkan beberapa kata/frase pada baris pertama dan kedua yang diberi warna kuning, kata/frase tersebut saat diterjemahkan ke dalam Bahasa Mandarin juga dituliskan menggunakan warna kuning. Sebagai contoh, pada gambar di atas, kata “China” diterjemahkan menjadi “中国” dan kata “Mandarin” diterjemahkan menjadi “普通话”. Desain kombinasi warna sama pada kata / frase Bahasa Indonesia dengan terjemahan aksara Han yang digunakan, membuat responden mudah memahami judul artikel dan membantu responden menemukan terjemahan kata / frasenya. Manfaat yang dirasakan oleh responden adalah dapat mengasah kemampuan menerjemahkan kata / frasa, serta mengetahui terjemahan kata / frasa baru yang belum pernah dipelajarinya.

Sedangkan pada Instagram Reels, seperti Gambar 4 (tengah), penjelasan pada konten Instagram Reels menggunakan Bahasa Indonesia, lalu dilengkapi dengan aksara Han. Penjelasan singkat dari video dalam caption dituliskan dalam 2 bahasa (Bahasa Mandarin dan Bahasa Indonesia). Lalu pada Gambar 4 (kanan), Bapak Joko Widodo sedang menyampaikan kata sambutan dalam Bahasa Indonesia secara langsung dengan suara aslinya, lalu pidato tersebut diterjemahkan ke dalam Bahasa Mandarin menggunakan aksara Han. Dengan menyimak video dalam konten Instagram Reels PT. Bolong Media Indonesia, responden dapat meningkatkan kemampuan bahasa khususnya kemampuan menyimak dan menerjemahkan. Latihan menyimak yang diberikan kepada responden dapat menambah perbendaharaan kata, melatih keterampilan mendengar serta menangkap informasi secara lisan. Menerjemahkan juga merupakan keterampilan yang

tidak kalah penting sebagai seorang pelajar bahasa asing. Kegiatan menonton video Instagram Reels ini dapat dijadikan sebagai salah satu latihan tambahan di luar kelas dengan konten beragam bidang.

Responden menilai akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia merupakan salah satu media pembelajaran Bahasa Mandarin yang sangat bermanfaat dengan desain konten yang menarik. Penjelasan hingga ulasan berita terkini dalam bentuk gambar dan video yang memperhatikan aspek visual, suara, serta tulisan dengan kombinasi warna membuat responden mudah mempelajari isi konten dan tertarik menjelajahi lebih lagi. Akun Instagram PT Bolong Media Indonesia dapat menjadi salah satu alternatif media pembelajaran yang bermanfaat untuk pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok yang efektif dan efisien.

3. Analisis Kompetisi Instagram PT. Bolong Media Indonesia dengan Kompetitor Lainnya dalam Pemenuhan Kebutuhan Belajar Responden

Saat ini media sosial telah menjadi tren dan sekan-akan telah menjadi salah satu kebutuhan utama dalam kehidupan setiap orang (Husain, 2014). Hal ini disebabkan karena sosial media memiliki manfaat efektifitas komunikasi dalam berbagai bidang, salah satunya dalam pembelajaran. Kebutuhan akan perubahan pola pembelajaran amat sangat dibutuhkan untuk memberikan pembaharuan pada sistem pembelajaran konvensional. Mayoritas pengajar dan pelajar memiliki akun media sosial, sehingga media sosial sebenarnya dapat dimanfaatkan sebagai sebuah alternatif baru media pembelajaran yang dapat meningkatkan semangat belajar dan hasil belajar pelajar (Setiadi, 2016). Konten media sosial dapat dimanfaatkan untuk mengajak pelajar terlibat dalam pembelajaran (Blair & Serafini, 2014). Fakta-fakta tersebut disadari oleh banyak pihak, baik para pemangku kepentingan di bidang pendidikan maupun media massa *online*. Maka dari itu, banyak bermunculan akun-akun media sosial, khususnya Instagram, yang menyajikan konten-konten pembelajaran bahasa dan pengenalan budaya. Pengguna dihadapkan pada banyak pilihan. Saat ini terjadi kompetisi antar akun media sosial dalam memenuhi kebutuhan para penggunanya, bagaimana mereka dapat menarik perhatian pengguna agar memilih dan menggunakan kontennya sebagai media pembelajaran para pengguna (Karunia et al., 2021). Pengguna media sosial mempunyai pertimbangan masing-masing dalam memilih dan menggunakan alternatif media sosial, tergantung bagaimana pengguna memaknai suatu media sosial (Whiting & Williams, 2013).

Responden penelitian ini merupakan pengguna aktif Instagram PT. Bolong Media Indonesia, mereka secara rutin membaca konten yang disajikan. Selain menggunakan Instagram PT. Bolong Media Indonesia, 48.1 % responden juga pernah menjelajahi dan menggunakan akun Instagram lain yang mempunyai fungsi sejenis. Akun-akun Instagram sejenis yang cukup banyak digunakan oleh responden antara lain @pbm_maranatha, @chinaembassy_indonesia, @learnchinesewith_yiyi, @nihaoindo, @dunia_mandarin, @cettamandarin. Dengan demikian, akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia berkompetisi dengan akun-akun media sosial tersebut dalam memuaskan kebutuhan pembelajaran responden.

Berdasarkan pengalaman responden menjelajahi dan menggunakan konten yang disajikan PT. Bolong Media Indonesia, responden telah memberikan penilaian terhadap isi konten yang disajikan. Peneliti membagi analisis penilaian responden menjadi faktor kelebihan dan faktor kekurangan Instagram PT. Bolong Media Indonesia. Jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya, Instagram PT. Bolong Media Indonesia memiliki kelebihan - kelebihan sebagai berikut:

- a. Salah satu motivasi pengguna menggunakan suatu media sosial adalah bagaimana media sosial tersebut dapat memberikan berita/informasi yang dibutuhkan pengguna (Ashrianto & Yustitia, 2020). Instagram PT. Bolong Media Indonesia adalah sebuah media sosial yang memberikan informasi berita terkini dari berbagai bidang, sekaligus mengajarkan Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok. Dalam hal penyebaran berita, Instagram PT. Bolong Media Indonesia bukan hanya menyebarkan berita hiburan, melainkan menyampaikan perkembangan Tiongkok dari berbagai bidang, bahkan juga berani membahas isu-isu politik. Berita yang disampaikan berbobot dan *up to date*. Selain itu, Instagram PT. Bolong Media Indonesia juga mengedukasi pengguna tentang sejarah Tiongkok dan hubungan Indonesia-Tiongkok dari masa ke masa. Gambar dan video yang digunakan menggunakan foto asli, sehingga pengguna dapat melihat kondisi otentik dari berita yang disampaikan. Dalam hal pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok, melalui konten-konten pada Instagram Feeds dan Reels, pemelajar dapat belajar Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok dengan cara yang menarik dan menyenangkan. Melalui konten pada Instagram Story, pemelajar bisa menambah pembendaharaan kosakata Bahasa Mandarin mereka. Konten budaya yang diperkenalkan pun cukup luas cakupannya.
- b. Cara Instagram PT. Bolong Media Indonesia menyajikan konten memudahkan pemelajar menambah wawasan tentang Tiongkok dan mempelajari Bahasa Mandarin. Salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh pengguna untuk memutuskan memilih menggunakan layanan suatu media sosial adalah bagaimana media sosial tersebut memberikan kemudahan bagi pengguna dalam proses memenuhi kebutuhannya (Ray et al., 2019). Kemudahan pertama yang diberikan Instagram PT. Bolong Media Indonesia bagi pemelajar Bahasa Mandarin antara lain dengan menyediakan video tutorial pembelajaran Bahasa Mandarin berbagai topik yang terhubung langsung dengan *channel* Youtube BolongID, dengan demikian pemelajar dapat dengan mudah menirukan pelafalan dan penggunaan kalimatnya melalui video. Selain itu, kemudahan kedua adalah penggunaan kombinasi warna kuning dan putih pada tulisan *slide* judul konten Instagram Feed memudahkan pengguna mempelajari kosakata Bahasa Mandarin. Pemelajar Bahasa Mandarin dapat dengan mudah mengetahui istilah dalam Bahasa Mandarin dari kosakata inti berita karena kosakata inti berita pada judul berbahasa Indonesia dan berbahasa Mandarin sama-sama ditandai dengan tulisan berwarna kuning. Kemudahan berikutnya adalah ringkasan berita dikemas dengan bahasa yang baik dan singkat, namun mudah dipahami.
- c. Instagram PT. Bolong Media Indonesia memperhatikan estetika dari konten-konten yang disajikannya. Adanya keselarasan dan kerapian pada desain dan tata letak konten. Desain tampilan Instagram Feed, Reels, dan Story cenderung sederhana, namun nyaman untuk dilihat. Foto dan video yang dipakai mempunyai kualitas resolusi tinggi, sehingga gambar sangat jelas.
Di samping kelebihan-kelebihan di atas, tentunya Instagram PT. Bolong Media Indonesia juga masih memiliki kekurangan. Jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya, Instagram PT. Bolong Media Indonesia memiliki kekurangan sebagai berikut:
 - a. Sebagai media sosial yang mengajarkan Bahasa Mandarin, Instagram PT. Bolong Media Indonesia tidak menyajikan konten pembelajaran tata bahasa Bahasa Mandarin dan kosakata gaul di Tiongkok.
 - b. Jika target pengguna Instagram PT. Bolong Media Indonesia mencakup pengguna usia muda, konten non berita masih terlalu sedikit. Selain itu, konten Instagram Reels masih terlalu sedikit, padahal saat ini pengguna usia muda lebih banyak

menikmati Instagram Reels daripada Instagram Feed, baik untuk konten berita maupun konten pembelajaran Bahasa Mandarin.

- c. Instagram PT. Bolong Media Indonesia jarang memperbaharui konten Highlight / Instagram Story.

Dengan hasil analisis kelebihan dan kekurangan di atas, dapat disimpulkan Instagram PT. Bolong Media Indonesia memiliki kompetitor dari akun-akun Instagram sejenis lainnya. Namun, berdasarkan penilaian isi dari para pengguna, Instagram PT. Bolong Media Indonesia masih memiliki daya saing yang kuat dalam memenuhi kebutuhan belajar para pemelajar Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok.

Kesimpulan

Instagram PT. Bolong Media Indonesia merupakan media sosial yang menyajikan berita dan pengetahuan berbagai bidang tentang Tiongkok dan hubungan Indonesia-Tiongkok, serta mengajarkan Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok. Konten disajikan dalam berbagai fitur di dalam Instagram. Keragaman konten Instagram PT. Bolong Media Indonesia dalam pembelajaran Bahasa Mandarin, budaya Tiongkok, pengetahuan dan berita dari masa ke masa menyebabkan pengajar dan pemelajar Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok dapat memanfaatkan Instagram PT. Bolong Media Indonesia secara luas. Berdasarkan semua analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan akun Instagram PT. Bolong Media Indonesia tepat digunakan sebagai salah satu media pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok di Indonesia berbasis literasi digital. Konten-konten yang disajikan dalam berbagai fitur dapat mendukung pembaharuan pola pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok menjadi lebih relevan dengan dinamika perkembangan jaman, memudahkan pemelajar secara mandiri mencari sumber informasi serta memperdalam pemahaman dan keterampilan berbahasa. Agar dapat lebih maksimal lagi mendukung optimalisasi pemanfaatan teknologi dalam pengembangan pembelajaran Bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok di Indonesia, peneliti menyarankan agar Instagram PT. Bolong Media Indonesia dapat lebih rutin memperbaharui konten-kontennya, terutama pada fitur Instagram Story dan Instagram Reels. Terlebih lagi, jika target utama penggunaannya adalah pengguna usia muda, saat ini mereka lebih banyak menikmati Instagram Story dan Instagram Reels daripada Instagram Feed. Selain itu, untuk menyeimbangkan konten berita yang jumlahnya relatif lebih banyak, Instagram PT. Bolong Media Indonesia dapat menambah konten-konten non berita, seperti penjelasan tata bahasa Bahasa Mandarin, kosakata gaul di Tiongkok, penjelasan budaya populer Tiongkok, dll.

Daftar Pustaka

- Adiasti, N. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Online. *Jurnal Pendidikan Dasar Borneo*, 2(2), 101–110.
- Ambarsari, Z. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia pada Era 4.0. *Prosiding Seminar Nasional PBSI-III Tahun 2020*, 81–86.
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 94–107.
- Apriansyah, & Antoni, D. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Sumsel. *Jurnal Digital Teknologi Informasi*, 1(2), 64–70.

- Aprilizdihar, M., Pitaloka, E. D., & Dewi, S. (2022). Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Pembelajaran di Era Digital. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts*, 5(1), 40–49.
- Arta, G. J., Ratminingsih, N. M., & Santosa, M. H. (2019). The Effectiveness of Blended Learning Strategy on Students' Writing Competency of The Tenth Grade Students. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 8(1), 29–39.
- Ashrianto, P. D., & Yustitia, S. (2020). The Use of Social Media in Searching for Information About Papua. *Jurnal The Messenger: Cultural Studies, IMC, and Media*, 12(2), 122–133.
- Asnia, A., & Ningsih, T. W. R. (2022). Analisis Proses Penerjemahan Berita Berbahasa Mandarin ke Bahasa Indonesia pada PT. Bolong Media Indonesia (博龙印尼媒体有限公司). *Jurnal Cakrawala Mandarin*, 6(2), 38–47.
- Assidik, G. K. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Berbasis Literasi Digital yang Interaktif dan Kekinian. *Prosiding Seminar Nasional Sastra, Pedagogik, Dan Bahasa (Saga)*, 242–246.
- Blair, R., & Serafini, T. M. (2014). Integration of Education: Using Social Media Networks to Engage Students Social Media Statistics. *8th International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics*, 28–31.
- Devianty, R. (2017). Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan. *Jurnal Tarbiyah*, 24(2), 226–245.
- Husain, C. (2014). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pembelajaran di SMA Muhammadiyah Tarakan. *Jurnal Kebijakan Dan Pengembangan Pendidikan*, 2(2), 184–192.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104.
- Kharis, M., Ebner, M., Wijayati, P. H., Hidayat, E., & Afifah, L. (2020). Microblogging with Padlet: Students' New Writing Experience on A2-B1 Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 15(1), 176–187.
- Muliani, Saud, S., & Junaeny, A. (2021). Penerapan Metode Dikte 听写 (tīngxiě) dalam Peningkatan Kosakata Bahasa Mandarin. *Journal of Language, Literature, and Linguistics*, 2(1), 27–33.
- Nabil, M., Sugandi, & Ghufron. (2021). Penggunaan Fitur Instagram Stories sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi pada Akun Instagram @Griizelle.id). *EJournal Ilmu Komunikasi*, 9(3), 16–30.
- Ray, A., Dhir, A., Bala, P. K., & Kaur, P. (2019). Why Do People Use Food Delivery Apps (FDA)? A Uses and Gratification Theory Perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 221–230.
- Ridwan, A., Firmansyah, M. B., & Rosyidah, I. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Sastra di Era Digital. *Prosiding Transformasi Pembelajaran Nasional*, 381–294.
- Santosa, M. H. (2020). A Study of Indonesian High School Students' Perception on the Use of Instagram as English Instructional Media. *Humanising Language Teaching*, 22(4).
- Sari, I. D. P., Sukowiyono, & Djatmika, E. T. (2018). Pengaruh Media Sosial terhadap Keterampilan Sosial Murid. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(1), 1446–1450.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 16(2), 110–116.

- Tafonao, T. (2018). Peranan Media Pembelajaran dalam Meningkatkan Minat Belajar Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(2), 103–114.
- Triyana, I. G. N. (2018). Media Sosial dalam Proses Pembelajaran di Perguruan Tinggi. *Guna Widya: Jurnal Pendidikan Hindu*, 5(1), 79–90.
- Wahjuwibowo, I. S. (2015). *Pengantar Jurnalistik: Teknik Penulisan Berita, Artikel, dan Feature*. Matana Publishing Utama.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. *Qualitative Market Research*, 16(4), 362–369.