

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berperan penting sebagai referensi bagi penulis untuk menambah wawasan dalam menyusun skripsi ini. Kajian penelitian sebelumnya menjadi landasan untuk memperkaya pemahaman dan memperkuat dasar teori yang digunakan. Selain itu, penelitian terdahulu membantu peneliti mengembangkan penulisan agar lebih terarah dan memiliki kontribusi yang lebih baik.

Dalam penelitian ini, penulis akan membandingkan hasil dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, hasil dari penelitian terdahulu sangat berguna untuk bahan acuan dalam melakukan penelitian yang akan dilaksanakan. Penelitian terdahulu merupakan fondasi penting dalam pengembangan penelitian baru, karena memungkinkan peneliti untuk memahami perkembangan konseptual, metodologi, dan temuan yang telah ada terkait topik yang dipilih.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian yang dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Haikal Ibnu Hakim (2024) di Universitas Pelita Harapan dengan judul Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z (Hakim et al., 2024). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan penentuan masalah, seleksi informan, dan pengkodean. Penelitian ini

menjelaskan bahwa *Instagram* menjadi tempat yang vital bagi influencer dan konten kreator untuk membangun komunitas dan mendapatkan penghasilan. Hal ini menciptakan ekosistem yang dinamis di *Platform Instagram*, di mana konten-konten kreatif dan inspiratif dapat berkembang. *Platform* media sosial *Instagram* telah menjadi sumber informasi yang signifikan bagi banyak orang. Banyak akun media dan publik figure menggunakan *Instagram* untuk menyebarkan informasi terbaru kepada pengikut mereka, mulai dari berita politik, hiburan, hingga informasi Kesehatan dan lingkungan.

Persamaan dengan penelitian ini terletak pada pemanfaatan media sosial dalam *Platform* penyebaran informasi. Penelitian ini menjelaskan bahwa *Instagram* dinilai efektif untuk menjadi wadah yang kaya akan informasi berupa visual gambar dan video. *Instagram* juga berperan aktif dalam penyebaran konten-konten yang berisikan informasi untuk Gen Z. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus utama penelitian ini membahas *Instagram* sebagai media informasi generasi Z, sedangkan penelitian ini akan membahas *Instagram* sebagai *Platform* produksi konten budaya lokal (Bahasa Minang). Perbedaan lain juga terlihat dari subjek penelitian yang dimana penelitian diatas mengambil generasi Z sebagai informan, sedangkan penelitian ini menggunakan pemilik akun, sosial admin dan konten kreator sebagai informan penelitian. Penelitian ini mengisi gap penelitian tentang bagaimana *Instagram* dimanfaatkan untuk pelestarian dan produksi konten budaya lokal melalui kolaborasi, yang

merupakan sudut pandang berbeda dari jurnal yang fokus pada konsumsi informasi umum.

2. Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Wiwik Romauli Nababan (2024) di Universitas Negeri Medan yang berjudul Tantangan Bahasa di Era Digital Terhadap Kesalahan Berbahasa Dalam Komunikasi Media Sosial (Nababan et al., 2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi Pustaka. Hasil penelitian ini menjelaskan Komunikasi lintas budaya di media sosial juga menjadi sumber tantangan dalam hal kesalahan berbahasa. Penggunaan simbol-simbol budaya atau referensi yang tidak dikenal oleh semua pihak dapat menyebabkan konflik atau ketegangan. Kesalahpahaman budaya dapat terjadi akibat ketidakpahaman terhadap norma-norma budaya atau sensitivitas terhadap perbedaan dalam cara berkomunikasi. Oleh karena itu, dalam menghadapi tantangan ini, penting untuk memahami dan menghormati keberagaman budaya untuk meminimalkan risiko kesalahan komunikasi.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas tantangan pelestarian Bahasa di media sosial. Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada penelitian ini membahas mengenai tantangan bahasa di era digital terhadap kesalahan berbahasa dalam komunikasi media sosial, penting untuk menjelajahi aspek penting lainnya yang memainkan peran signifikan dalam dinamika ini. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan membahas pemanfaatan media sosial dalam pelestarian Bahasa daerah.

3. Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Riska Harist Hammami

(2025) di UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia dengan judul Revitalisasi Bahasa Daerah Di Era Digital: Studi Kasus Penggunaan Bahasa Jawa Dalam Interaksi Komunikatif Pada Grup Whatsap Karawitan UIN Raden Mas Said Surakarta (Hammami, 2025). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui dokumentasi percakapan, serta observasi partisipatif terhadap anggota komunitas. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dalam era digital yang terus berkembang pesat, dinamika interaksi masyarakat mengalami transformasi signifikan, termasuk dalam penggunaan bahasa daerah seperti bahasa Jawa. Ruang komunikasi digital menjadi salah satu strategi penting dalam upaya revitalisasi bahasa Jawa, terutama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan media sosial dan aplikasi perpesanan seperti WhatsApp.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji upaya pelestarian bahasa daerah melalui pemanfaatan media digital. Penelitian ini meneliti penggunaan WhatsApp untuk revitalisasi Bahasa Jawa dalam komunitas karawitan, sementara skripsi ini akan mengkaji pemanfaatan *Instagram* untuk produksi konten Bahasa Minang pada akun *@Ota_Lapau*. Perbedaan penelitian ini terletak pada Penelitian ini berfokus pada *WhatsApp* sebagai media komunikasi, sedangkan penelitian skripsi ini akan mengkaji media sosial *Instagram* sebagai *Platform* publik dan terbuka dengan karakteristik visual yang dominan. Kajian mendalam tentang *Platform* visual-publik dalam konteks produksi konten dan kolaborasi pengguna, masih terbatas. Penelitian ini akan

mengisi kekosongan dengan mengkaji bagaimana *Instagram* sebagai *Platform* visual dapat dimanfaatkan untuk pelestarian Bahasa Minang.

4. Penelitian keempat adalah penelitian yang dilakukan Miftahul Jannah (2025) di Universitas Mulawarman, Indonesia dengan judul Analisis Kinerja, Tren Keterlibatan Publik, dan Strategi Kolaborasi Konten Reels *Instagram* @Lovelyberau (Jannah & Yanti, 2025). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menjelaskan analisis terhadap strategi penggunaan fitur kolaborasi menunjukkan dominasi penggunaan yang ekstrem dan menghasilkan rata-rata interaksi yang tinggi.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama melihat pemanfaatan fitur kolaborasi *Instagram* sebagai strategi untuk meningkatkan *engagement* dan memperluas jangkauan konten. Perbedaan penelitian ini terletak pada cara menganalisis efektivitas fitur kolaborasi pada akun @Lovelyberau, sementara skripsi ini akan mengkaji kolaborasi pengguna pada akun @Ota_Lapau. Dengan fokus pada proses produksi konten berbahasa daerah dan kolaborasi sebagai praktik sosial-kultural, penelitian Anda mengisi gap penting dalam literatur media sosial dan revitalisasi bahasa.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Universitas	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Haikal Ibnu Hakim (2024) di Universitas Pelita Harapan	Pemanfaatan Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z	Penelitian ini menjelaskan bahwa <i>Instagram</i> menjadi tempat yang vital bagi influencer dan konten kreator untuk membangun komunitas dan mendapatkan penghasilan.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan penentuan masalah, seleksi	Persamaan dengan penelitian ini terletak pada pemanfaatan media sosial dalam <i>Platform</i> penyebaran informasi. Penelitian ini menjelaskan bahwa <i>Instagram</i> dinilai efektif untuk menjadi wadah yang kaya akan informasi	Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus utama penelitian ini membahas <i>Instagram</i> sebagai media informasi generasi Z, sedangkan penelitian ini akan membahas

				informan, dan pengkodean	berupa visual gambar dan video.	<i>Instagram</i> sebagai <i>Platform</i> produksi konten budaya lokal (Bahasa Minang).
2.	Wiwik Romauli Nababan (2024) di Universitas Negeri Medan	Tantangan Bahasa di Era Digital Terhadap Kesalahan Berbahasa Dalam Komunikasi Media Sosial	Hasil penelitian ini menjelaskan Komunikasi lintas budaya di media sosial juga menjadi sumber tantangan dalam hal kesalahan berbahasa. Penggunaan simbol- simbol budaya atau	Penelitian ini menggunakan an pendekatan studi Pustaka.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas tantangan pelestarian Bahasa di media sosial.	Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada penelitian ini membahas mengenai tantangan bahasa di era digital terhadap kesalahan berbahasa dalam komunikasi media sosial.

			referensi yang tidak dikenal oleh semua pihak dapat menyebabkan konflik atau ketegangan.			
3.	Riska Harist Hammami (2025) di UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia	Revitalisasi Bahasa Daerah Di Era Digital: Studi Kasus Penggunaan Bahasa Jawa Dalam Interaksi Komunikatif Pada Grup	Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam era digital yang terus berkembang pesat, dinamika interaksi masyarakat mengalami transformasi signifikan, termasuk	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji upaya pelestarian bahasa daerah melalui pemanfaatan media digital. Penelitian ini meneliti penggunaan	Perbedaan penelitian ini terletak pada Penelitian ini berfokus pada <i>WhatsApp</i> sebagai media komunikasi, sedangkan penelitian skripsi ini akan mengkaji media

		Whatsap Karawitan UIN Raden Mas Said Surakarta	dalam penggunaan bahasa daerah seperti bahasa Jawa.		WhatsApp untuk revitalisasi Bahasa Jawa dalam komunitas karawitan, sementara skripsi ini akan mengkaji pemanfaatan Instagram untuk produksi konten Bahasa Minang pada akun @Ota_Lapau.	sosial Instagram sebagai Platform publik dan terbuka dengan karakteristik visual yang dominan.
4.	Miftahul Jannah (2025) di	Analisis Kinerja, Tren Keterlibatan	Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis terhadap	Penelitian ini menggunakan	Persamaan peneltian ini yaitu sama-sama melihat pemanfaatan	Perbedaan penelitian ini terletak pada cara menganalisis

	Universitas Mulawarman, Indonesia	Publik, dan Strategi Kolaborasi Konten Reels <i>Instagram</i> @Lovelyberau	strategi penggunaan fitur kolaborasi menunjukkan dominasi penggunaan yang ekstrem dan menghasilkan rata- rata interaksi yang tinggi.	an metode kuantitatif deskriptif.	fitur kolaborasi <i>Instagram</i> sebagai strategi untuk meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan konten.	efektivitas fitur kolaborasi pada akun @Lovelyberau, sementara skripsi ini akan mengkaji kolaborasi pengguna pada akun @Ota_Lapau .
--	---	---	---	---	---	--

Sumber: Olahan Penulis, 2026

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah landasan pemikiran yang menjelaskan secara sistematis hubungan antar variabel dan konsep yang diteliti. Kerangka konseptual harus dapat menunjukkan hubungan antar variabel yang diteliti dengan menggambarkan konsep penelitian secara logis. Kerangka ini berasal dari teori dan kajian pustaka yang berfungsi sebagai landasan untuk menjelaskan bagaimana konsep-konsep yang diteliti saling terkait dan digunakan untuk memandu penelitian agar fokus dan terarah. Kerangka konseptual penelitian ini dibangun berdasarkan permasalahan pelestarian bahasa daerah di era digital.

Penelitian ini akan menganalisis pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai *Platform* untuk menyebarkan konten berbahasa Minang melalui studi kasus akun *@Ota_Lapau*. Hal ini dilihat dari keaktifan *Platform* media sosial *Instagram* yang digunakan sebagai tempat untuk memproduksi dan mendistribusikan konten dalam Bahasa Minang, yang merupakan bahasa daerah asli masyarakat Minang di Sumatera Barat, Indonesia.

2.2.1 Komunikasi Budaya

Komunikasi budaya merupakan bidang kajian yang mengintegrasikan dua konsep yaitu komunikasi dan budaya. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan tujuan memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung melalui komunikasi lisan maupun secara tidak langsung melalui media. Pelaku

komunikasi (*communications actor*) yang dimaknai sebagai orang-orang yang terlibat dalam peristiwa komunikasi, yakni komunikator sebagai penyampai suatu pesan dan komunikan yang dijadikan sasaran sebagai penerima pesan (Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, 2009). Sedangkan budaya didefinisikan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Budaya mencakup nilai-nilai, norma, kepercayaan, simbol, bahasa, dan praktik-praktik sosial yang dimiliki dan diwariskan oleh suatu kelompok masyarakat (Koentjaraningrat, 2009).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan menurut peneliti bahwa komunikasi budaya adalah suatu proses pertukaran informasi baik secara individu maupun kelompok yang disampaikan secara verbal maupun nonverbal yang bertujuan untuk menciptakan, menyampaikan, menginterpretasikan, dan menegosiasikan makna dalam konteks budaya tertentu. Komunikasi dan budaya memiliki hubungan yang tidak terpisahkan: budaya membentuk cara kita berkomunikasi, dan komunikasi menjadi medium melalui mana budaya diwariskan dan dipertahankan. Dalam era digital, komunikasi budaya mengalami ekspansi ke ruang virtual, di mana media sosial menjadi ruang baru untuk pelestarian budaya.

2.2.2 Media Sosial *Instagram*

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan *Platform* digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan membangun komunitas secara online. Media sosial pada hakikatnya seperangkat alat online yang mendukung interaksi sosial antar pengguna. Media sosial telah mengubah komunikasi yang bersifat monolog (satu-ke-banyak) ke dalam komunikasi dialogis (banyak-ke-banyak). Hal ini menunjukkan sebuah tahapan perkembangan teknologi media sosial yang senantiasa memperhatikan kondisi sosiologis penggunanya. Media sosial yang berkembang pada saat ini diantaranya *email, facebook, Instagram, twitter, youtube, whatsapp*, dan sebagainya. Pendekatan ini menyediakan konsep dan kerangka kerja yang dapat digunakan untuk membandingkan jenis media sosial yang satu dengan media lainnya (Suratnoaji & Yuli, 2019).

b. Pengertian *Instagram*

Instagram adalah *Platform* media sosial berbasis gambar dan video yang memungkinkan kamu untuk berbagi momen dalam bentuk visual. Dengan fokus pada konten gambar yang menarik, *Instagram* menjadi tempat kamu bisa mengunggah foto dan video, dan berbagi cerita serta pandangan unik terhadap kehidupan sehari-hari. Selain itu, *Instagram* juga dapat diartikan sebagai aplikasi media sosial yang digunakan untuk mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai situs jejaring sosial, termasuk *Instagram* sendiri (Nurdin et al., 2021).

Instagram telah berkembang menjadi salah satu *Platform* media sosial terbesar di dunia dengan lebih dari miliaran pengguna aktif setiap bulannya.

Platform ini tidak hanya digunakan untuk keperluan personal, tetapi juga untuk bisnis, promosi, dan pelestarian budaya. Menurut Nurudin, *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto atau video, menerapkan filter dan membagikannya (Nurdin et al., 2021).

Jadi berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa *Instagram* adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik sendiri dalam bentuk feed dan story. Secara teknis, *Instagram* beroperasi sebagai jaringan sosial berbasis konten visual yang dapat digunakan untuk interaksi secara langsung melalui komentar, suka, serta pesan langsung.

Gambar 2.2 : Tranformasi Logo *Instagram*



2010-2010



2011-2016



2016-2022



2022- Sekarang

(Sumber : <https://logovent-com.translate.goog/blog/evolution-of-Instagram-logo/? x tr sl=en& x tr tl=id& x tr hl=id& x tr pto=tc>)

Diakses Tanggal 12 November 2025

2.2.3 Bahasa Daerah Dalam Era Digital

Bahasa daerah merupakan salah satu kekayaan budaya yang menjadi identitas dan jati diri suatu komunitas atau kelompok masyarakat di wilayah tertentu. Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Bahasa daerah memiliki peran penting dalam membentuk identitas budaya dan menjadi media komunikasi yang khas bagi masyarakat penuturnya. Indonesia dikenal sebagai negara dengan keanekaragaman bahasa yang luar biasa, memiliki lebih dari 700 bahasa daerah. Keanekaragaman tersebut mencerminkan kekayaan budaya dan identitas lokal. Namun, banyak bahasa daerah di Indonesia saat ini berada di ambang kepunahan (Nasrullah, 2024).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiwik Romauli Nababan menyatakan perubahan kebijakan media sosial menjadi faktor lain yang berkontribusi terhadap kesalahan berbahasa. Dengan adanya perubahan aturan dalam beberapa *Platform*,

pengguna sering kali harus beradaptasi dengan batasan baru dalam menyampaikan pesan. Hal ini dapat menciptakan kebingungan dan kesalahan dalam menyusun pesan, mengingat keterbatasan karakter atau perubahan format yang harus diikuti. Secara keseluruhan, tantangan bahasa di era digital terhadap kesalahan berbahasa dalam komunikasi media sosial melibatkan dinamika kompleks dari aspek singkatan, penggunaan emoji perubahan kebijakan, multilingualisme, dan komunikasi lintas budaya (Nababan et al., 2024).

Banyak bahasa daerah yang saat ini berada di ambang kepunahan, dengan jumlah penutur yang semakin sedikit, terutama di kalangan generasi muda. Badan Bahasa (2019) mencatat bahwa terdapat 29 bahasa daerah di Indonesia dikategorikan terancam punah, 8 bahasa daerah dalam kondisi kritis, dan 5 bahasa daerah telah mengalami kepunahan. Alasan utama kepunahan itu adalah sikap bahasa penutur jati, migrasi, urbanisasi, sejumlah kebijakan yang tidak berpihak, dan pergeseran budaya di kalangan generasi muda. Kondisi ini diperburuk dengan minimnya dokumentasi dan upaya revitalisasi untuk menjaga dan melestarikan bahasa-bahasa daerah yang ada. Bahasa daerah tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penanda identitas kultural dan sosial suatu komunitas. Bahasa daerah mengandung pengetahuan lokal, nilai-nilai budaya, dan warisan sejarah yang diwariskan dari generasi ke generasi (Nasrullah, 2024).

Dalam konteks penelitian ini, pemahaman tentang bahasa daerah dalam era digital menjadi sangat penting untuk menganalisis pemanfaatan media sosial *Instagram* dalam produksi konten Bahasa Minang. Akun *Instagram @Ota_Lapau*

dapat dilihat sebagai salah satu bentuk implementasi peluang pelestarian bahasa daerah melalui media digital. Produksi konten berbahasa Minang di *Instagram* merupakan respons terhadap tantangan pelestarian bahasa daerah di era digital. Melalui konten yang menarik dan relevan dengan kehidupan masa kini, Bahasa Minang dapat tetap eksis dan bahkan berkembang di kalangan generasi muda. Kolaborasi antar pengguna dalam produksi konten juga mencerminkan strategi pelestarian bahasa daerah yang melibatkan partisipasi aktif komunitas. Era digital membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam penggunaan bahasa.

Menurut Kaharuddin dkk (2019) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi komunikasi digital telah menghadirkan tantangan serius bagi eksistensi bahasa daerah. Penetrasi bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, melalui media digital menyebabkan generasi muda cenderung lebih fasih menggunakan bahasa nasional atau bahasa asing dibandingkan bahasa daerah mereka sendiri.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ida Desi Asriyani menjelaskan Pemertahanan Bahasa daerah menjadi salah satu fenomena sekaligus langkah yang muncul di tengah polemik pergeseran bahasa daerah. Baik pemertahanan maupun pergeseran bahasa menjadi dua sisi mata uang. Keduanya hadir secara bersamaan. Artinya, terjadinya fenomena kebahasaan tersebut merupakan akibat dari hasil kolektif pilihan Bahasa (*language choice*) (Astriani, 2021).

Dalam pelestarian Bahasa daerah, dalam penelitian ini menggunakan Teori Ekologi Media sebagai lensa analisis. Hal ini karena teori ini akan digunakan

sebagai penilai bagaimana media dijadikan medium untuk menciptakan suatu pesan. Medium disini dinilai sebagai bentuk *Instagram* dalam membentuk persepsi masyarakat dalam menikmati konten Bahasa Minang yang disajikan. Teori Ekologi Media (*Media Ecology Theory*) merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk memahami bagaimana media dan teknologi komunikasi memengaruhi persepsi, pemahaman, perasaan, dan nilai manusia, serta bagaimana interaksi dengan media membentuk dan mengubah budaya.

2.2.4 Kolaborasi Pengguna

Fitur kolaborasi memungkinkan dua akun berbagi kepemilikan atas satu konten, yang muncul di feed kedua akun, sehingga dapat meningkatkan eksposur dan interaksi audiens. Fitur kolaborasi yang mencakup komunitas daring, interaksi, berbagi konten, dan kredibilitas. Fitur kolaborasi *Instagram* menciptakan komunitas yang lebih Pemanfaatan fitur kolaborasi juga terbukti efektif dalam promosi destinasi wisata dan program pemerintah daerah, karena mampu menggandakan jangkauan sekaligus meningkatkan legitimasi pesan yang disampaikan (Paramita, 2024).

Kolaborasi pengguna merupakan fenomena yang semakin berkembang seiring dengan munculnya *Platform* media sosial yang memungkinkan interaksi dan partisipasi aktif dari penggunanya. Konsep ini mengubah paradigma lama dimana audiens hanya berperan sebagai konsumen pasif menjadi partisipan aktif yang turut berkontribusi dalam proses produksi konten.

Dalam konteks penelitian akun *Instagram @Ota_Lapau*, kolaborasi pengguna dapat dipahami sebagai berbagai bentuk partisipasi aktif. Pengikut dalam ekosistem produksi konten Bahasa Minang. Kolaborasi ini dapat berupa pengiriman materi konten, berbagi ide, memberikan feedback, menyebarkan konten ke jaringan mereka, atau bahkan ikut memproduksi konten bersama dengan pengelola akun.

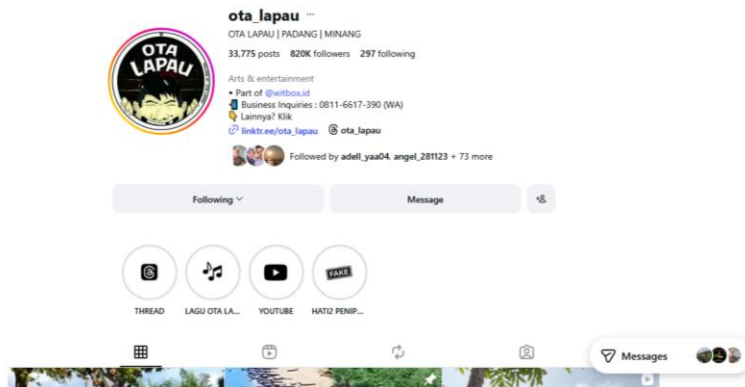
Dalam akun *Instagram @Ota_Lapau* mendorong partisipasi dan kolaborasi dari pengikutnya terutama konten kreator yang ada di Kota Padang. Produksi konten yang disajikan tidak hanya menggunakan Bahasa Minang dalam caption atau teks, tetapi juga dalam video dan audio, sehingga memberikan pengalaman mendengar dan berbicara dalam Bahasa Minang bagi pengikutnya. Tema konten yang diangkat dalam akun ini juga beragam, mulai dari komedi, *storytelling*, edukasi budaya, hingga konten interaktif yang melibatkan pengikut. Ketiga, akun ini aktif merespons komentar dan *direct message* dari pengikut, menciptakan komunikasi dua arah yang hangat dan personal.

2.2.5 Akun *Instagram Ota_Lapau*

Akun *Instagram @Ota_Lapau* merupakan salah satu akun media sosial yang terfokus pada konten Bahasa Minang dengan cakupan yang sudah cukup meluas. Akun ini berfokus pada produksi konten berbasis Bahasa Minang yang juga menjadi Bahasa daerah yang digunakan oleh masyarakat Minang di Sumatera Barat, Indonesia.

Akun *@Ota_Lapau* didirikan pada tahun 2015 oleh seorang konten kreator bernama Desbi Sugari S.Hum yang juga berasal dari Sumatera Barat. Awal pendirian, akun *@Ota_Lapau* memproduksi konten berupa meme dengan teks Bahasa Minang yang *di-overlay* pada gambar atau template meme populer. Tahun 2018 menandai titik balik ketika *Instagram* meluncurkan fitur IGTV dan Reels beta. Akun *@Ota_Lapau* mulai memproduksi konten video pendek berupa komedi situasi berbahasa Minang, parodi lagu populer dengan lirik Minang, dan tutorial Bahasa Minang. Kolaborasi pertama dengan konten kreator lokal *@Minanglipp* juga dimulai pada fase ini. Namun, seiring dengan perkembangan pesat aplikasi *Instagram*, pada tahun 2018, akun-akun lain didirikan untuk memecah fokus konten.

Gambar 2.5 Profil Akun *Instagram* *@Ota_Lapau* (Januari 2026)



Sumber : Olahan peneliti, 2026

(https://www.Instagram.com/ota_lapau/)

Diakses Tanggal 22 Januari 2026

Melihat potensi kedepan yang keberlanjutan, Desbi Sugari bersama founder *@Minanglipp* Rico Septahadi mendirikan *Witbox Creative Media* pada Januari 2020

yang merupakan sebuah *digital creative agency* yang mengelola @Ota_Lapau dan akun-akun terkait. Karena berada di bawah satu perusahaan, fokus konten kemudian dipecah: @Minanglipp mengkhususkan diri pada kuliner dan budaya, sedangkan @Ota_Lapau fokus pada hiburan.

Sejak 2022, @Ota_Lapau tidak lagi sekadar akun *Instagram*, tetapi telah menjadi *Platform* yang digunakan untuk tempat mengembangkan konten berbahasa Minang di Sumatera Barat. *Witbox Creative Media* meluncurkan program "Kreator Minang" yang memberikan *training, equipment support*, dan mengajarkan secara bertahap bagi konten kreator pemula yang ingin memproduksi konten berbahasa Minang. Per November 2025, akun memiliki 814.000 Pengikut dengan engagement rate 7,2% tertinggi di antara akun berbahasa daerah di Indonesia.

Akun ini menarik perhatian karena tidak hanya memproduksi konten hiburan berbahasa Minang, tetapi juga melibatkan kolaborasi dengan pengguna lain dalam proses produksi dan penyebaran konten. Dan dalam konten yang ditampilkan juga dengan bahasa dan ide yang mudah di pahami.

2.3 Kerangka Teoritis

Teori adalah pemikiran dan pengalaman yang terbukti secara empiris, sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengendalikan fenomena. Pemikiran yang selalu terbukti secara empiris pada tempat yang semakin luas akan menjadi teori deduktif, sedangkan pengalaman-pengalaman yang semakin terbukti pada tempat yang semakin luas akan menjadi teori induktif. Teori selalu berkenaan dengan konsep, asumsi, dan generalisasi yang logis (Sugiyono, 2021).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Ekologi Media yang pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1964, meskipun istilah "Ekologi Media" secara formal diperkenalkan oleh Neil Postman pada tahun 1968. Postman menjelaskan bahwa ekologi media mempelajari bagaimana media komunikasi memengaruhi persepsi manusia, pemahaman, perasaan, dan nilai, serta bagaimana interaksi kita dengan media memfasilitasi atau menghambat peluang kita untuk bertahan hidup. Dasar dari teori ini adalah sebuah pernyataan yaitu: "khalayak seolah digambarkan bersifat pasif dan terpisah dengan teknologi". Padahal dalam konsep teori ini, khalayak justru dapat memperoleh kemampuan aktif dan tidak terpisahkan dengan media (Meisyaroh, 2024).

Perubahan yang terjadi disebabkan kehadiran media atau akibat interaksi manusia dengan media dan ini bisa terjadi tanpa kita sadari. McLuhan mengungkapkan sebuah pernyataan bahwa, "*The medium is the message,*" atau media adalah pesannya, ia ingin kita melihat bahwa media apa pun kontennya akan membentuk kembali pengalaman manusia dan melakukan perubahan yang jauh lebih besar dibandingkan keseluruhan pesan yang dikandungnya. McLuhan juga berpendapat bahwa setiap medium atau teknologi menciptakan lingkungan baru yang mengubah pola persepsi dan perilaku manusia. Dalam pandangan McLuhan, media bukan sekadar alat netral untuk menyampaikan informasi, tetapi merupakan ekstensi dari manusia yang membentuk dan mengontrol skala serta bentuk asosiasi dan tindakan manusia (Tarigan, 2024).

Menurut (Meisyaroh, 2024) menyatakan ada tiga Asumsi Teori Ekologi Media yaitu sebagai berikut :

1. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat. Kita tidak dapat melarikan diri dari media. Bahkan McLuhan menyebut angka, permainan, dan uang sebagai mediasi. Pada saat bersamaan, media bergantung pada masyarakat untuk “pertukaran dan evolusi”. Media memengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat. Dalam sebuah media, yang terpenting adalah teknologinya, bukan isinya. Kita tidak dapat melarikan diri dari media karena media mentransformasi masyarakat melalui berbagai bentuk interaksi.

Dalam penelitian ini teori ini berperan dalam pengukuran media sosial *Instagram* sebagai *Platform* teknologi membentuk cara pengguna berinteraksi, Fitur-fitur *Instagram* (*Stories, Reels, Feed, Kolaborasi*) memengaruhi cara produksi konten serta perkembangan *Instagram* memungkinkan pelestarian Bahasa Minang di era digital.

2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita. Kita secara langsung dipengaruhi oleh media. Media cukup kuat dalam pandangan kita mengenai dunia. Media melihat sebagai sesuatu yang langsung memengaruhi manusia. Cara manusia memberi penilaian, merasa, dan bereaksi cenderung dipengaruhi oleh media. McLuhan menilai media cukup kuat dalam membentuk pandangan kita atas dunia.

Dalam penelitian ini membahas mengenai media sosial *Instagram*. Hal ini

akan dilihat dari bagaimana *Instagram* membentuk persepsi pengguna terhadap Bahasa Minang, serta melihat bagaimana pengalaman pengelola akun dalam produksi konten Bahasa Minang.

3. Media menyatukan seluruh dunia. Media menghubungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah desa global (*global village*) untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Manusia tidak lagi dapat hidup dalam isolasi, melainkan akan selalu terhubung oleh media elektronik yang bersifat instan dan berkesinambungan. Perubahan yang terjadi disebabkan kehadiran media atau akibat interaksi manusia dengan media dan ini bisa terjadi tanpa kita sadari. McLuhan mengungkapkan sebuah pernyataan bahwa, "The medium is the message," atau media adalah pesannya, ia ingin kita melihat bahwa media apa pun kontennya akan membentuk kembali pengalaman manusia dan melakukan perubahan yang jauh lebih besar dibandingkan keseluruhan pesan yang dikandungnya. McLuhan juga berpendapat bahwa setiap medium atau teknologi menciptakan lingkungan baru yang mengubah pola persepsi dan perilaku manusia. Dalam pandangan McLuhan, media bukan sekadar alat netral untuk menyampaikan informasi, tetapi merupakan ekstensi dari manusia yang membentuk dan mengontrol skala serta bentuk asosiasi dan tindakan manusia (Tarigan, 2024).

Dalam penelitian ini, teori ekologi media digunakan sebagai lensa analisis untuk memahami fenomena pemanfaatan *Instagram* dalam produksi konten

Bahasa Minang dan kolaborasi pengguna pada akun @Ota_Lapau . Teori ini dipilih karena kemampuannya dalam menjelaskan bagaimana karakteristik khusus *Instagram* sebagai medium menciptakan kondisi tertentu yang memengaruhi produksi konten, pola kolaborasi, dan pelestarian bahasa daerah di era digital. *Instagram* sebagai *Platform* media sosial merepresentasikan lingkungan media yang khas dengan karakteristik teknologi, sosial, dan kultural yang spesifik. Sebagai medium, *Instagram* memfasilitasi penyebaran informasi secara luas dan cepat melintasi batas geografis, yang berimplikasi pada bagaimana konten Bahasa Minang dapat menjangkau masyarakat secara luas.

Teori ini membedakan membedakan antara "*hot media*" dan "*cool media*" berdasarkan tingkat partisipasi audiens yang diperlukan. *hot media* seperti radio atau film memberikan informasi lengkap dan memerlukan partisipasi rendah, sementara *cool media* seperti televisi atau telepon memerlukan partisipasi tinggi karena memberikan informasi yang kurang lengkap. *Instagram* dapat dikategorikan sebagai *cool media* karena sifatnya yang interaktif dan memerlukan partisipasi aktif pengguna dalam membuat makna, berinteraksi melalui likes, komentar, dan berbagi konten. Dalam konteks penelitian ini, *Instagram* tidak menggantikan bentuk-bentuk tradisional pelestarian Bahasa Minang (seperti pendidikan formal atau literatur cetak), tetapi menciptakan ruang baru yang melengkapi upaya pelestarian yang sudah ada.

Hal ini diperkuat dalam penelitian yang dilakukan oleh (Steven, 2022) yang meneliti Generasi Z dalam penggunaan *Instagram* pada mahasiswa Universitas

Jakarta Barat. Penelitian ini menjelaskan ekologi media adalah sebuah studi yang mempelajari pengaruh teknologi media terhadap masyarakat dan penggunaannya. Intensitas penggunaan media sosial *Instagram* mahasiswa dan mahasiswi di Universitas di Jakarta Barat berkisar antara sepuluh menit sampai empat jam setiap harinya menunjukkan begitu kuatnya pengaruh teknologi media sosial *Instagram* dalam kehidupan mahasiswa mahasiswi generasi Z yang berkuliah di Universitas di Jakarta Barat. Temuan penelitian ini menemukan bahwa pengaruh dari media sosial *Instagram* pada mahasiswa dan mahasiswi di Universitas di Jakarta Barat sudah pernah menggunakan minimal salah satu dari seluruh fitur yang dimiliki *Instagram*. Hal ini membuktikan bahwa setelah kemunculan media sosial seperti *Instagram* setelah terjadi pergeseran persepsi di masyarakat.

Teori ekologi media menawarkan kerangka konseptual yang relevan untuk menjawab ketiga rumusan masalah dalam penelitian ini. Dalam rumusan masalah pertama tentang bagaimana *Instagram* dimanfaatkan dalam produksi konten Bahasa Minang, teori ekologi media menyediakan lensa untuk menganalisis bagaimana karakteristik teknologi *Instagram* sebagai medium membentuk dan membatasi cara konten Bahasa Minang diproduksi dan dikonsumsi. Teori ekologi media membantu kita memahami bahwa produksi konten Bahasa Minang di *Instagram* bukan sekadar transfer konten dari medium tradisional ke medium digital, tetapi merupakan proses adaptasi dan transformasi untuk membuka ruang komunikasi budaya dalam pelestarian Bahasa di era digital. Untuk rumusan masalah kedua tentang pola kolaborasi pengguna, teori ekologi

media memberikan perspektif tentang bagaimana *Instagram* sebagai medium menciptakan kondisi untuk bentuk-bentuk kolaborasi baru yang berbeda dari media sebelumnya. Untuk rumusan masalah terakhir tentang dampak terhadap pelestarian Bahasa Minang di era digital, teori ekologi media digunakan untuk memahami bagaimana *Instagram* sebagai medium menciptakan kondisi baru untuk pelestarian bahasa yang berbeda dari ruang tradisional yaitu menggunakan media digital.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual yang menggambarkan hubungan antara berbagai konsep atau variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiono (2016:60) kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Kerangka pemikiran berfungsi sebagai peta konseptual yang memandu peneliti dalam memahami fenomena yang dikaji (Sugiyono, 2016).

Dalam konteks penelitian kualitatif, kerangka pemikiran menunjukkan alur logis dari fenomena yang diteliti berdasarkan kajian teoritis dan empiris. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibangun berdasarkan teori Ekologi Media Marshall McLuhan (1964) dan pengembangan oleh Neil Postman (1968), penelitian ini menggunakan tiga asumsi utama sebagai fondasi kerangka pemikiran. Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran disusun berdasarkan Teori Ekologi Media yang

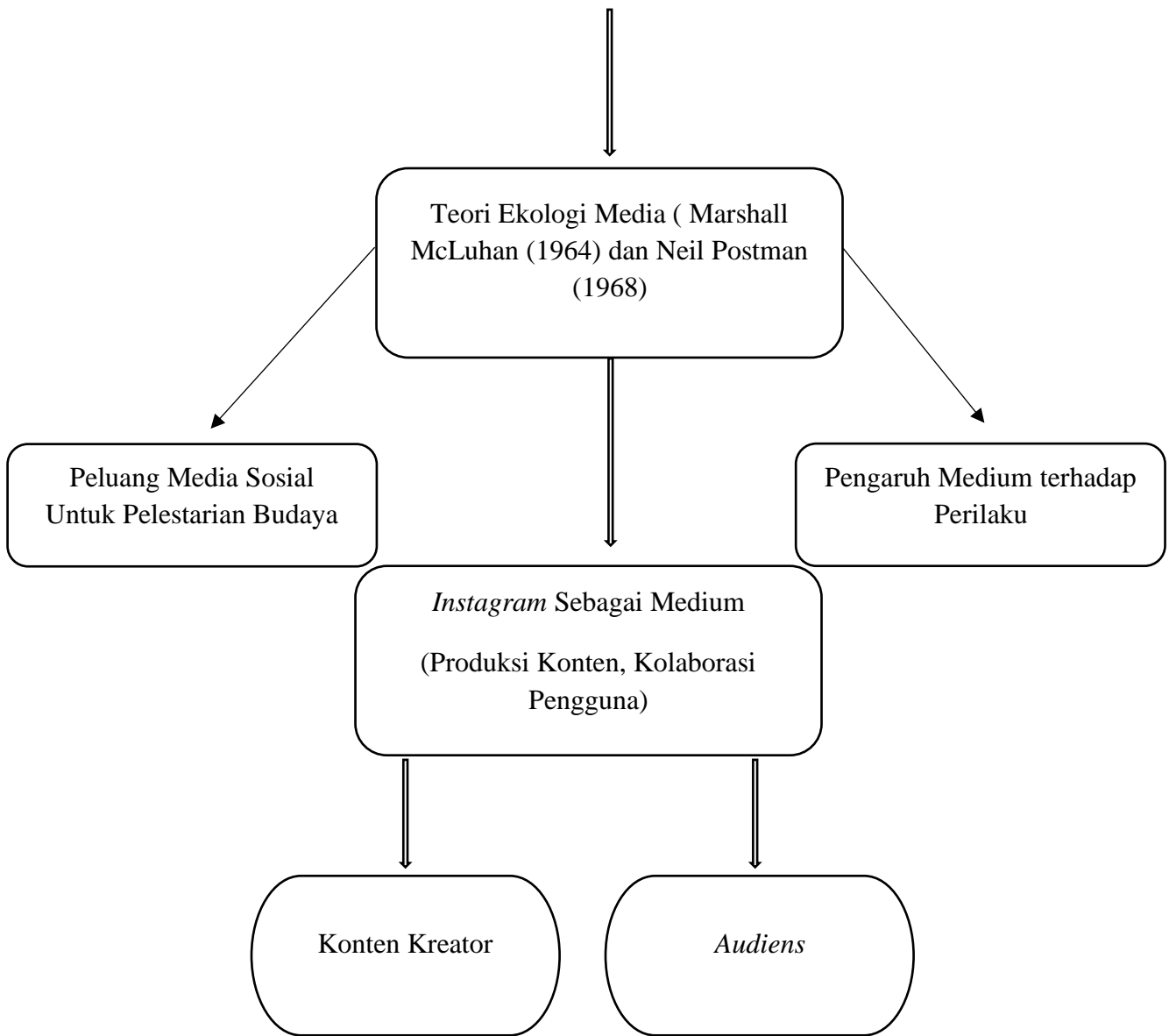
dikemukakan oleh Marshall McLuhan (1964) untuk menganalisis pemanfaatan media sosial *Instagram* dalam produksi konten Bahasa Minang dan kolaborasi pengguna pada akun *@Ota_Lapau*. Teori Ekologi Media dipilih karena sejalan dalam memahami bagaimana medium (*Instagram*) memengaruhi cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan melestarikan budaya di era digital. *Instagram* sebagai medium menentukan bagaimana konten Bahasa Minang diproduksi. Menurut McLuhan (1964), medium adalah pesan itu sendiri, sehingga cara *Instagram* bekerja sebagai *Platform* akan memengaruhi isi pesan (konten Bahasa Minang) yang disampaikan. Fitur dan teknologi *Instagram* memengaruhi cara konten kreator memproduksi konten Bahasa Minang.

Instagram sebagai medium memfasilitasi kolaborasi antar pengguna dalam produksi konten Bahasa Minang, menciptakan jaringan global untuk konten lokal. Hal ini juga dapat mengubah persepsi audiens terhadap Bahasa Minang. Konten yang dikemas secara modern dan kreatif di *Instagram* dapat mengubah stigma "bahasa kuno" menjadi "bahasa kekinian". *Instagram* membentuk persepsi positif terhadap Bahasa Minang, terutama di kalangan generasi muda, melalui penyajian konten yang modern dan menarik.

Produksi konten Bahasa Minang di *Instagram* merupakan bentuk pelestarian budaya. Konten yang diproduksi tidak hanya menghibur tetapi juga mendokumentasikan, menyebarkan, dan menjaga keberlangsungan Bahasa Minang di era digital. Produksi konten Bahasa Minang di *Instagram* berkontribusi terhadap pelestarian dan revitalisasi bahasa daerah di era digital. Kolaborasi antar pengguna

dalam produksi konten menciptakan ekosistem yang mendukung pelestarian Bahasa Minang. Semakin banyak kolaborasi, semakin luas jangkauan konten, dan semakin besar dampaknya terhadap pelestarian budaya.

Produksi Konten Bahasa Minang
dan Kolaborasi Pengguna
(*@Ota_Lapau*)



Bagan 2.4: Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Penulis, 2026