

Persepsi Guru dan Siswa mengenai Industri Kreatif Berbasis Bahasa dan Sastra Indonesia

Aji Santoso¹, Sarwiji Suwandi², Sugit Zulianto³

^{1,2}Universitas Sebelas Maret; Jl. Ir Sutami 36 A Kentingan Surakarta Telp/Fax (0271) 648939

³Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Surakarta

Surel: ajisantoso9043@student.uns.ac.id, sarwijiswan@staff.uns.ac.id,

sugit_zulian@staff.uns.ac.id

Abstrak

Kemajuan zaman dan teknologi yang syarat akan kreatifitas menjadi babak baru bagi perkembangan bahasa dan sastra Indonesia. Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam kelas yang baik adalah pembelajaran yang berorientasi jangka panjang untuk menerapkan hasil pembelajaran di luar kelas. Industri kreatif dapat menjadi arena penerapan bahasa dan sastra untuk memperoleh manfaat, baik keuntungan maupun bagi lingkungan sekitar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan bentuk studi kasus. Data yang digunakan dalam penelitian adalah persepsi guru Bahasa Indonesia dan siswa. Sumber data dari penelitian adalah informan, dokumen, dan kegiatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Persepsi guru Bahasa Indonesia mengenai Industri kreatif berbasis bahasa dan sastra yaitu industri yang memadukan keterampilan berbahasa dan sastra serta inovasi dan kreativitas untuk masuk dalam dunia industri guna memperoleh nilai manfaatnya. Sedangkan persepsi siswa SMKN 1 Miri adalah sebagai kreativitas yang diterapkan dalam dunia bahasa dan sastra untuk masuk dalam ranah industri yang dapat mengikuti perkembangan zaman. Persepsi mengenai industri kreatif berbasis bahasa dan sastra penting diketahui untuk membuka mata masyarakat mengenai pentingnya bahasa dan sastra Indonesia serta peluang memperoleh manfaat dalam penggunaannya.

Kata kunci: Persepsi, industri kreatif, bahasa dan sastra, guru, siswa

ABSTRACT

The progress of time and technology which requires creativity has become a new chapter for the development of Indonesian language and literature. Learning Indonesian in a good classroom is learning that is long-term oriented to apply learning outcomes outside the classroom. The creative industry can become an arena for applying language and literature to gain benefits, both for profits and for the surrounding environment. This study uses a qualitative descriptive method in the form of a case study. The data used in this study are the perceptions of Indonesian teachers and students. Sources of data from research are informants, documents, and activities. The sampling technique used was purposive sampling. Perceptions of Indonesian teachers of SMKN 1 Miri regarding language and literature-based creative industries, namely industries that combine language and literature skills as well as innovation and creativity to enter the industrial world in order to obtain use value. While the perception of students SMKN 1 Miri is as creativity applied in world languages and literature to enter the industrial realm that can keep up with the times. It is important to know about the perception of language and literature-based creative industries in order to open people's eyes about the importance of Indonesian language and literature and the opportunities to benefit from their use.

Keywords: Perception, creative industries, language and literature, teachers, students

A. PENDAHULUAN

Perkembangan dan pergerakan ekonomi telah memasuki babak baru, yaitu babak ekonomi kreatif. Pada dasarnya, ekonomi kreatif merupakan pengembangan sumber daya

manusia dengan mutu tinggi yang diarahkan sepenuhnya untuk kesejahteraan (Sutarto, 2014). Industri sebagai bagian penting dari ekonomi juga turut memasuki babak baru, yaitu industri kreatif. Keterbukaan ranah industri memberikan peluang dari berbagai bidang untuk masuk ke dalamnya, termasuk bidang bahasa dan sastra yang sudah diajarkan sejak pendidikan dasar hingga menengah.

Pembelajaran bahasa dan sastra di sekolah berkaitan erat dengan kebiasaan-kebiasaan masyarakat. Berita, budaya, koran, buku, poster, dan iklan adalah contoh hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sekitar. Hal tersebut membantu peserta didik memahami dan peka terhadap lingkungan sekitar. Pembelajaran bahasa diharapkan mampu menuntut peserta didik dalam mengenal dirinya, budayanya dan budaya orang lain, mengemukakan pendapat serta perasaan, turut serta dengan masyarakat pengguna bahasa, serta menggunakan keterampilan analitis dan imajinatif dalam dirinya (Sufanti, 2014:11).

Peranan guru Bahasa Indonesia selain transfer ilmu adalah mengarahkan siswa untuk berkarya dan mencari peluang dalam menjalani kehidupan. Salah satunya peluang tersebut adalah industri kreatif berbasis bahasa dan sastra. Hal tersebut mampu memperkaya pengalaman guru dan peserta didik. Industri kreatif adalah salah satu bidang di era modern yang harus dipahami guru, sehingga dapat mengarahkan peserta didik terjun ke industri kreatif sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya. Melalui departemen perdagangan, Indonesia memaknai industri kreatif sebagai industri yang bersumber dari pemanfaatan hal kreatif, terampil, serta bakat seseorang guna menghasilkan kesejahteraan dan lapangan kerja yang menghasilkan serta mengeksplorasi daya kreasi dan cipta seseorang (Department of Culture, 1998).

Industri kreatif sebagai kegiatan yang berlatar dari kreativitas mempunyai sifat orisinalitas tersendiri guna menjadi sebuah pekerjaan yang menghasilkan keuntungan (Syukron, 2017). Bekal *soft skill* dan *hard skill* yang didapatkan oleh siswa akan menjadi bekal mereka guna siap menghadapi dunia yang nyata, khususnya dunia kerja dengan mengedepankan kebermaknaan dalam lingkungan masyarakat. Produk industri kreatif dapat dihasilkan dengan menggali berbagai potensi industri kebahasaan di berbagai ranah kehidupan masyarakat serta pengolahannya (Sugono, 2014). Atas dasar hal tersebut,

seorang guru harus mampu merancang sebuah pembelajaran yang berorientasi pada perkembangan zaman dan sesuai dengan kurikulum dalam kegiatan pembelajaran.

Penelitian mengenai industri kreatif dalam bidang bahasa dan sastra pernah dilakukan oleh Risma Ruslan dan Salam dengan judul “Bahasa Pemikat Hati Pelanggan: Kreativitas Bahasa dalam Industri Kreatif”. Penelitian tersebut memaparkan perwujudan penggunaan bahasa pada kaos guna menarik perhatian pelanggan (Ruslan & Salam, 2022). Penggunaan bahasa dalam kaos dapat berupa bahasa daerah, plesetan kata, kata lucu, kata bijak, permainan kata, pameo, dan rima. Penggunaannya dimaksudkan untuk memikat hati pelanggan dengan fungsi menghibur, memotivasi, dan menginspirasi.

Ahmad Syukron (2017) juga pernah melakukan penelitian berjudul “Arah Pengembangan Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Berbasis Industri Kreatif dan Industri Budaya di Era Global”. Penelitian tersebut menyatakan bahwa di era global ini, pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis industri kreatif dan industri budaya seharusnya dirancang, diarahkan, dan dikembangkan. Guru bahasa dan sastra Indonesia harus menyadari betapa pentingnya hal tersebut guna diimplementasikan dan menghasilkan peserta didik yang dapat bersaing di era global yang menuntut kreativitas dan inovasinya.

Pemahaman guru dan siswa dalam melaksanakan pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia berbasis kreatif dan terintegrasi dengan hal di luar kelas adalah hal penting. Hal tersebut diperlukan untuk menghasilkan pembelajaran yang terarah dalam industri kreatif dan memiliki nilai jual. Kesadaran guru akan menumbuhkan semangat dalam mengajar sekaligus menuntun siswa berkarya, dan kesadaran siswa akan menumbuhkan semangat dalam mengenal hal baru berbasis sastra dalam industri kreatif. Berdasarkan hal tersebut, penelitian persepsi guru dan siswa mengenai industri kreatif berbasis bahasa dan sastra Indonesia perlu dilakukan untuk menghasilkan produk luaran pembelajaran yang berkualitas.

B. KAJIAN TEORI

1. Persepsi

Persepsi adalah proses individu dalam mengatur dan menginterpretasikan makna sensoris yang dimiliki untuk memahami lingkungannya (Robbins & Judge, 2013:166).

Proses tersebut masuk ke tubuh manusia dan diolah sedemikian rupa yang kemudian lahirlah persepsi. Persepsi melahirkan pendapat seseorang terhadap fenomena yang terjadi berdasar kesan yang stimulus yang diterima.

Setiap orang memiliki perbedaan dalam menangkap keadaan di sekitar yang membuat persepsi masing-masing individu dapat berbeda, meskipun berada di lingkungan yang sama. Persepsi berproses melalui diterimanya rangsang melewati panca indra dengan diawali oleh sebuah fokus atau perhatian. Hal tersebut membuat individu dapat menghayati, menyadari, dan mengartikan mengenai sebuah objek, baik yang ada dalam diri maupun luar individu (Candra, dkk, 2017:66).

Persepsi lahir melalui pengorganisasian dan penginterpretasikan pada stimulus yang ditangkap pancaindra sehingga menjadi sesuatu yang bermakna dan suatu respon yang terintegrasi dari dalam individu (Walgito, 2010:100). Stimulus diperoleh dari proses pengindraan terhadap suatu objek, hubungan-hubungan antargejala, atau peristiwa yang kemudian diproses oleh otak. Proses diterimanya stimulus oleh seseorang melalui alat indera disebut sebagai proses sensoris. Stimulus yang melahirkan persepsi tidak hanya lahir dari luar tubuh manusia, tetapi juga dapat berasal dari dalam diri individu. Sebagian besar pengaruhnya berasal dari luar individu terutama indra penglihatan. Tidak semua stimulus diterima atau direspon oleh individu. Terdapat penyesuaian atau hal yang menarik perhatian dari respon yang diberikan terhadap stimulus. Sehingga dapat dikatakan bahwa selain stimulus yang diterima, stimulus juga tergantung pada keadaan individu yang bersangkutan.

Persepsi pada dasarnya memiliki tiga komponen atau aspek (Walgito, 1991:50), yaitu aspek efektif, aspek konatif, dan aspek kognitif. Sikap seseorang terhadap sebuah objek adalah manifestasi dari tiga aspek tersebut yang saling berinteraksi untuk merasakah, memahami, dan berperilaku terhadap sebuah objek. Tiga aspek tersebut bersifat konsisten dan saling berinteraksi satu sama lain, sehingga terdapat pengorganisasian secara internal di antara ketiganya. Berikut adalah penjelasan mengenai aspek tersebut.

- 1) Aspek Efektif

Aspek ini berkaitan dengan aspek perasaan serta keadaan emosi individu terhadap objek yang dipersepsi dan berbagai hal yang berkaitan dengan

evaluasi berdasarkan faktor emosionalnya. Perasaan seseorang berkaitan dengan kebutuhan setiap individu. Objek-objek yang dapat melayani kebutuhan akan mendapat penghargaan positif, sedangkan objek yang menghalangi akan dinilai negatif.

2) Aspek Konatif

Aspek ini berkaitan dengan motif serta tujuan lahirnya suatu perilaku yang terjadi di sekitar yang diwujudkan individu melalui sikap perilaku dalam menjalankan kehidupan sehari-hari sesuai dengan persepsinya terhadap suatu objek dan keadaan tertentu.

3) Aspek Kognitif

Aspek ini berkaitan dengan pengenalan kognitif yang menyangkut kompone pengharapan, pengetahuan, cara mendapatkan sesuatu atau cara berpikir dan pengalaman masa lampau, dan berbagai hal yang didapatkan melalui hasil berpikir individu pelaku persepsi.

2. Industri Kreatif berbasis Bahasa dan Sastra

Industri adalah salah satu hal penting dalam menyangga perekonomian sebuah negara. Industri kreatif lahir dari buah karya manusia yang memberdayakan buah pikiran untuk melahirkan sebuah usaha yang berbeda dari industri pada umumnya. Dunia bergeser dengan banyaknya temuan-temuan baru yang mendukung peralihan zaman di setiap perkembangannya. Ekonomi kreatif mengembangkan kreativitas dan ide oleh manusia yang memanfaatkan teknologi hingga menghasilkan produk dan budaya yang inovatif, memiliki citra lokal dan berdaya saing global yang mampu memberikan dampak positif bagi perekonomian. Kreativitas dan hal baru dalam industri diyakini mampu memperbaiki perekonomian masyarakat. Produk industri kreatif tampil berbeda dengan produk-produk industri pada umumnya. Departemen perdagangan Indonesia pun juga mengutip definisi dari DCMS UK (1998) yang mengartikan industri kreatif sebagai industri yang bersumber dari pemberdayaan kreativitas, keterampilan, serta bakat seseorang guna menghasilkan sebuah kesejahteraan dan lapangan kerja yang menciptakan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Selain itu, penciptaan produk lokal yang inovatif dan kreatif dapat membawa produk tersebut

berdaya saing global, sehingga konsep ekonomi kreatif berkembang dan eksistensinya sangat dibutuhkan.

Wirausaha dapat terwujud dari inovasi dan kreativitas berbagai bidang, termasuk dalam ranah bahasa dan sastra yang identik dengan literasi. Literasi secara umum identik dengan empat keterampilan berbahasa, yaitu menyimak, berbicara, membaca, dan menulis dengan sastra yang memiliki aspek keindahan masuk di dalamnya. Wirausaha literasi adalah orang yang memiliki kemampuan baca dan tulis yang mampu memanfaatkannya untuk mengenali, menentukan cara, dan menghasilkan produksi baru serta kecakapan memasarkannya (Suwandi, 2018:68). Hadirnya wirausaha literasi akan melahirkan peluang hadirnya bahasa dalam industri kreatif.

Karakter pasar industri yang bersifat terbuka memberikan peluang bagi bahasa dan sastra untuk masuk ke dalamnya. Dukungan teknologi dan transportasi yang baik memperbesar perkembangan industri kreatif. Bahasa Indonesia dapat memiliki 2 peran dalam industri kreatif, yaitu bahasa sebagai basis industri kreatif dan bahasa sebagai medium atau daya dukung dalam industri kreatif (Sugono: 2018,5). Industri kreatif berupa desain, musik, pertunjukan, kerajinan, arsitektur tidak berbasis bahasa Indonesia. Namun, berdaya dukung bahasa. Bahasa memainkan peran dalam proses kreatif olah rasa, pikir, imajinasi, dan renungan untuk mendapatkan sebuah gagasan informasi, nama, promosi, hingga iklan industri tersebut. Selain itu, nama-nama perusahaan, merk dagang, usaha, pemukiman, petunjuk lalu lintas, dan grafiti tidak lepas dari peran bahasa Indonesia sebagai medium industri kreatif.

3. Pembelajaran Bahasa Indonesia

Sufanti (2014:11) menjelaskan bahwa bahasa adalah pelajaran yang mempunyai peran sentral dalam perkembangan intelektual, emosional, dan sosial peserta didik sekaligus penunjang keberhasilan dalam mempelajari seluruh bidang studi. Hal tersebut terwujud dalam Kurikulum 2013 yang menempatkan Bahasa Indonesia sebagai penghela ilmu pengetahuan (Priyatni: 2015,37), manfaatnya bahasa Indonesia tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi sarana berpikir.

Pembelajaran Bahasa Indonesia menuntut peserta didik untuk menghasilkan berbagai produk teks bahasa atau sastra. Berdasar taksonomi kurikulum, pelajaran bahasa

Indonesia adalah pembelajaran yang bersifat produktif apresiatif. Berbagai teks bahasa dikaji dalam kelas yang kemudian siswa diarahkan untuk mampu menganalisis dan menghasilkan teks yang dikaji. Pada KD ranah keterampilan, dalam pembelajaran Bahasa Indonesia peserta didik dituntut untuk memproduksi, menelaah, menyunting teks, serta merevisi dan membuat rekonstruksi teks (Priyanti, 2015:43). Peserta didik dituntut untuk menghasilkan teks utuh yang bermakna, baik lisan maupun tulisan. Keterampilan menelaah dan menghasilkan teks dapat menjadi bekal peserta didik untuk menelaah dan menghasilkan teks yang dapat dimanfaatkan di ranah luar kelas.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berbentuk studi kasus tunggal. Menurut Sutopo (2006:137) penelitian kualitatif mengedepankan deskripsi proses mengenai mengapa dan bagaimana suatu hal dapat terjadi. Penelitian kualitatif secara langsung masuk dalam sebuah objek dengan penjelasan *grant tour question*, sehingga dapat menemukan masalah dengan jelas dengan mengeksplorasi objek masalah (Sugiono, 2016:24). Penelitian ini berangkat dari keingintahuan mengenai keunikan suatu objek. Penelitian kualitatif dapat menghasilkan wawasan yang luas dan mendalam mengenai objek yang diteliti.

Penelitian dilakukan di SMK Negeri 1 Miri sebagai sekolah berbasis kejuruan yang berorientasi menghasilkan tamatan siap kerja dan menciptakan peluang kerja, sehingga sesuai dengan arah penelitian mengenai industri kreatif berbasis bahasa dan sastra. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi guru Bahasa Indonesia dan siswa SMKN 1 Miri. sumber data yang digunakan adalah informan, dokumen, dan kegiatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, dan mengkaji dokumen. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik uji validitas data. Triangulasi adalah metode yang didasari oleh pola pikir fenomenologi yang multiperspektif. Metode ini bertujuan menarik sebuah kesimpulan yang dapat diterima kebenarannya dari berbagai sudut pandang dan pertimbangan (Sutopo, 2006: 93). Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif. Proses interaktif dilakukan dengan

membandingkan data yang didapatkan melalui wawancara dengan hasil observasi, arsip, dan sebagainya dalam usaha menarik kesimpulan yang mantap.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persepsi Guru Bahasa Indonesia mengenai Industri Kreatif Berbasis Bahasa dan Sastra Indonesia di SMKN 1 Miri

a. Persepsi Guru mengenai industri kreatif berbasis bahasa dan sastra Indonesia

SMK Negeri 1 Miri adalah sekolah berbasis kejuruan yang mengedepankan kemampuan praktik daripada penguasaan teori. Pengajar di SMK Negeri 1 Miri memahami akan hal tersebut. Pembelajaran bahasa yang kreatif selaras dengan pembelajaran praktik yang membutuhkan keterampilan. Bahasa memiliki kemampuan besar untuk mendukung kembangnya sebuah usaha. Berbagai materi dan keterampilan berbahasa dapat dimanfaatkan untuk perkembangan industri kreatif, baik bidang bahasa maupun nonbahasa.

Guru Bahasa Indonesia SMK Negeri 1 Miri memahami bahwa industri kreatif berbasis bahasa dan sastra adalah industri yang memadukan keterampilan berbahasa dan sastra serta inovasi dan kreativitas untuk masuk dalam dunia industri. Hal-hal tersebut bertujuan memperoleh kebermanfaatan di dalamnya. “Yang pasti segala bidang industri dengan mengaitkan kemampuan berbahasa dan juga sastra. Dan industri kreatif bersumber pada inovasi dan kreativitas. Kesimpulannya seperti itu,” YK.

Industri kreatif berbasis bahasa dan sastra Indonesia adalah wujud pengaplikasian hasil pembelajaran Bahasa Indonesia di sekolah. Kreativitas peserta didik menentukan seberapa jauh kreasi yang dihasilkan. Kreativitas yang dihasilkan di SMK Negeri 1 Miri diarahkan untuk memasuki industri menggunakan media *online* sebagai cara mengambil nilai manfaat yang ada di dalamnya. Hal tersebut sesuai dengan informan HN, “Kalau menurut saya, produk kreatif berbasis bahasa dan sastra itu aplikasi pembelajaran bahasa yang bisa menghasilkan nominal uang. Berarti keaktifan siswa untuk berkreasi di dunia *online* atau berbasis internet yang menghasilkan uang. Kan ranahnya ekonomi.”

Guru Bahasa Indonesia SMK Negeri 1 Miri memahami industri kreatif harus mengikuti perkembangan zaman dan mengikuti kebutuhan serta keinginan masyarakat. Hal tersebut disampaikan oleh informan A, “Ya, segala usaha di bidang industri yang menghasilkan produk yang ada atau dikaitkan dengan bahasa dan sastra, asalkan dia

menghasilkan dan menunjang kehidupannya berarti dia sudah bisa dibilang industri kreatif dan juga harus mengikuti perkembangan zaman, Mas. Kalau industri yang itu-itu saja sudah bukan kreatif lagi namanya, hanya industri saja. Makanya industri kreatif harus mengikuti perkembangan zaman tadi.”

Guru Bahasa Indonesia di SMK Negeri 1 Miri berpendapat bahwa industri kreatif adalah perpaduan antara bahasa dan sastra dengan kreativitas. Kreativitas tersebut diarahkan ke dalam industri kreatif untuk memperoleh keuntungan dan manfaatnya. Kreativitas membantu menghasilkan produk yang sesuai dengan perkembangan zaman. Pengembangan industri kreatif tidak sekadar teori, tetapi kreativitas, yang berhubungan dengan kesusastraan adalah penguasaan bahasa (Damono, 2018). Selain kreativitas dan imajinasi guna mengolah sastra dengan jenis kesenian lain dibutuhkan bantuan teknologi yang beragam jenis untuk memperoleh hasil yang lebih baik.

Sastra, karya sastra, dan industri kreatif memiliki kesamaan yang berbasis pada talenta dan kreativitas, serta mengandung nuansa budaya (Nasirudin, 2018). Yang membedakan adalah proses penciptaan. Sastra berorientasi pada kepentingan literer (kesastraan), sedangkan industri kreatif berorientasi pada kepentingan pasar yang sesuai dengan sifat dasar dunia industri. Nasirudin menambahkan bahwa literasi dalam industri kreatif sangatlah penting. Produk kreatif berbasis bahasa dan sastra memiliki potensi menjadi komoditas industri kreatif yang mega *best seller* dan mampu menembus batas wilayah kenegaraan.

b. Peluang Bahasa dan Sastra Indonesia dalam Industri Kreatif

Bahasa adalah dasar komunikasi yang wajib dimiliki setiap orang. Perpaduan dan pemanfaatan 4 keterampilan berbahasa dalam kehidupan adalah contoh pembelajaran yang berorientasi pada jangka panjang dan luas. Baiknya pengetahuan mengenai bahasa dan sastra akan membuka pandangan tentang peluang usaha yang ada di dunia industri kreatif di dalamnya. Guru Bahasa Indonesia SMK Negeri 1 Miri menganggap bahwa bahasa dan sastra Indonesia memiliki peluang yang baik untuk digeluti sebagai usaha. “Sangat mendukung karena industri kreatif yang berkaitan dengan kemampuan berbahasa

itu dapat meningkatkan kesejahteraan dan yang pasti bisa memberikan lapangan pekerjaan,” pendapat YK.

Bahasa memiliki berbagai banyak hal yang dapat ditekuni sebagai pekerjaan dalam industri kreatif. Produksi berbagai naskah seperti film, promosi, dan drama adalah peluang yang semakin dibutuhkan di ranah hiburan dan periklanan. Hal tersebut disampaikan oleh informan HA sekaligus menyetujui pendapat YK, “Sangat bisa sekali, bahkan ada. Saya pernah dengar saudara itu pernah ditawarkan menjadi *content creator* sebuah *brand*. Jadi semacam direkrut, kemudian ia diminta membuat silabus iklan selama beberapa bulan. Nanti hari ini kontennya apa untuk iklan, besok apa, besok apa, besok apa, sampai satu bulan. Dia digaji di situ. Artinya apa, artinya kemampuan berbahasa ternyata bisa digunakan untuk mencari pundi-pundi rupiah, itu termasuk konten ya, *content creator*. Jelas sekali ya, namanya konten itu sangat akrab dengan bahasa. Jadi ketika kita ingin membuat topik yang menarik, topik yang sekiranya dinikmati oleh banyak orang yang populer, kalau kontennya konten basi, masa lalu otomatis kan banyak yang ndak menerima. Jadi ketika menemukan topik yang tepat, bisa menyusun sebuah karangan yang utuh, yang bagus sehingga mencapai tujuan yang diinginkan. Pembaca inginnya apa sih, nanti kita sajikan konten itu.”

Industri kreatif berbasis bahasa dan sastra Indonesia ada sebagai industri alternatif di tengah ramainya industri produk dan makanan yang umum dijumpai. Industri bahasa dan sastra Indonesia dapat menyusup sebagai peluang yang dapat dimanfaatkan dengan kreativitas. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh informan YA, “Industri kreatif berbasis bahasa dan sastra itu menjadi salah satu alternatif, dari benturan zaman industri produk dan makanan, jadi dengan adanya industri kreatif Bahasa seperti tadi film, *content creator* Youtube, keterampilan berbicara nanti berbicara di depan umum, dan lain-lain itu bisa menjadi alternatif atau menjadi peluang yang lain yang bisa dilirik dari setiap siswa di era zaman yang semakin maju dan semakin luar biasa ini. Kita juga masuk ke zaman 4.0 dengan melihat peluang industri bahasa dan sastra dapat membangkitkan semangat muda dengan menghasilkan sebuah karya berkaitan dengan bahasa dan sastra dan bisa menjadikan karya tersebut sebagai usaha yang membantunya dalam segi ekonomi termasuk profit.”

Guru Bahasa Indonesia di SMK Negeri 1 Miri berpandangan bahwa bahasa dan sastra memiliki peluang yang baik untuk ditekuni dalam dunia industri kreatif. Produksi berbagai naskah seperti film, promosi, dan drama adalah peluang yang semakin dibutuhkan di ranah hiburan dan periklanan. Sikap bahasa dan ekonomi kreatif memiliki daya pikat bagi penikmatnya dan memberikan inspirasi serta mengundang daya kreasi dan inovasi sehingga penonton masih tetap bertahan (Hindun, 2018). Dalam ranah teknologi dan media sosial saat ini, guru Bahasa Indonesia di SMK Negeri 1 Miri berpendapat bahwa terdapat aplikasi-aplikasi yang dapat digeluti untuk memperoleh keuntungan, yaitu Youtube, Wattpadd, Tiktok, dan kontributor berita atau blog.

2. Persepsi Siswa Mengenai Industri Kreatif Berbasis Bahasa dan Sastra Indonesia di SMKN 1 Miri

a. Persepsi Siswa mengenai Industri Kreatif Berbasis Bahasa dan Sastra

Siswa SMK Negeri 1 Miri paham bahwa industri kreatif adalah industri yang berkaitan dengan bahasa dan sastra. “Industri yang memanfaatkan bahasa dan sastra seperti *content writing* atau penulis,” JS. Informan SI juga memiliki pendapat serupa, “Industri kreatif berbasis bahasa dan sastra adalah industri atau suatu pekerjaan yang terjun dalam bidang bahasa atau komunikasi”. Pendapat tersebut dilengkapi oleh informan HY, “Industri kreatif berbasis bahasa dan sastra, menurut saya adalah industri yang menghasilkan suatu karya maupun sesuatu yang berkaitan dengan bahasa dan sastra Indonesia.”

Hal penting dalam industri kreatif adalah kreativitas itu sendiri. Siswa SMK Negeri 1 Miri menganggap industri kreatif sebagai industri yang menghasilkan nilai manfaat berbasis bahasa dan sastra dengan mengedepankan kreativitas. “Segala jenis industri yang mengedepankan kreativitas, seperti sandal yang dimodifikasi menambah nilai jual, tetapi berkaitan dengan bahasa dan sastra,” AF.

Kreativitas akan membawa sebuah karya mengikuti dan menyesuaikan perkembangan zaman. Bahasa sebagai komponen utama menjadi hal wajib yang harus ada di dalamnya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat informan, “Industri kreatif berbasis bahasa dan sastra Indonesia adalah segala usaha yang visualisasinya melewati bahasa dan sastra dan mampu berkembang seiring perkembangan zaman,” FF.

Persepsi siswa SMK Negeri 1 Miri mengarah pada penggunaan bahasa dan sastra yang diaplikasikan dalam kemajuan teknologi. Film sebagai produk yang biasa dihasilkan menjadi orientasi utama siswa SMK Negeri 1 Miri dalam menanggapi industri kreatif berbasis bahasa dan sastra Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan pendapat informan YAW, “Industri yang menggunakan bahasa dan sastra yang dimanfaatkan untuk membuat sebuah karya, seperti pembuatan produksi di dunia film”. Pendapat tersebut sesuai dengan pendapat informan ES, “Industri yang menggunakan bahasa untuk dimanfaatkan dalam ranah kreatif, mungkin pembuatan film dan pembuatan majalah.”

Siswa SMK Negeri 1 Miri memahami industri kreatif berbasis bahasa dan sastra sebagai kreativitas yang diterapkan dalam dunia bahasa dan sastra untuk masuk dalam ranah industri. Penerapan tersebut diharuskan mampu mengikuti perkembangan zaman. Keterbukaan pasar dalam industri membuka peluang kreativitas olah pikir dan keterampilan untuk menciptakan produk yang dapat memasuki pasar. Industri olah kata menjadikan kata yang bagian dari bahasa sebagai basis kreativitas dalam memasyarakatkan budaya guna mendorong, memotivasi, mengkritik, mengingatkan perilaku menyimpang dan sebagainya (Sugono, 2013).

b. Peluang Bahasa dan Sastra Indonesia dalam Industri Kreatif

Siswa SMK Negeri 1 Miri memiliki pandangan bahwa bahasa dan sastra memiliki peluang untuk terjun dalam dunia industri kreatif. Bahasa menjadi unsur penentu untuk mengembangkan usaha melalui kebermanfaatan bahasa dalam berkomunikasi dan untuk promosi. Hal tersebut sesuai dengan pendapat informan HY, “Kemampuan berbahasa yang baik dapat menjadi alat untuk menarik banyak orang untuk pengembangan usaha”. Informan YA memiliki pendapat yang sama, “Menurut saya benar. Kemampuan berbahasa dapat digunakan pengembangan usaha yang menghasilkan barang/jasa yang menghasilkan profit, karena kemampuan bahasa sekarang dijadikan patokan”. Informan SI juga memiliki pendapat yang selaras, “Iya, bisa. Kemampuan berbahasa bisa digunakan untuk media promosi.” Informan JS juga memberikan pendapat yang serupa, “Kemampuan berbahasa menunjang keberhasilan pengembangan usaha mampu menambah keuntungan untuk industri kreatif.”

Berdasarkan informasi dari siswa SMK Negeri 1 Miri, kemampuan berbahasa dan sastra memiliki peran penting dalam industri kreatif. Kemampuan tersebut dapat dimanfaatkan dalam menjalin komunikasi bersama rekan bisnis dan membuat promosi produk melalui promosi. Bahasa menjadi hal yang penting dikuasai dalam menjalankan sebuah usaha.

Perkembangan internet hingga menjadi media sosial yang serba cepat adalah salah satu peluang bisnis industri kreatif yang dapat dijajaki. Media sosial tersebut antara lain Youtube dan Tik Tok. Pengaplikasian materi ajar Bahasa Indonesia dapat dilakukan sebagai edukasi kepada pengguna lain. “Industri kreatif berbahasa dapat berkembang di medsos melalui pembelajaran atau les *online*. Kan kalau di Tik Tok itu kan mereka (pengguna) cuma *secroll-secroll*. Nah mungkin kalau bahasa Indonesia kayak pakai tes kek *challenge-challenge* pakai bahasa Indonesia, kayak bimbel *online* di Tik Tok seperti lawan kata (antonim),” SI.

Pendapat informan SI selaras dengan pendapat AF yang menyatakan bahwa bahasa Indonesia ada di berbagai unsur kehidupan. Melalui unsur tersebut, setiap individu dapat belajar mengenai nilai-nilai yang ada di dalamnya. “Kalau aku sendiri kan sering nonton drama (film) juga menggunakan bahasa Indonesia, jadi bisa belajar di situ. Ada pembelajaran di situ”.

Youtube dan Tiktok adalah media sosial yang berbasis pada video. Kreativitas pembuat konten sangat mendukung untuk menarik pengguna lain untuk menyaksikan konten yang dibuat. Video yang diciptakan tidaklah video yang sembarangan dan langsung jadi. Perlu perencanaan dan alur pembuatan jalannya sebuah video. Penulisan naskah konten menjadi hal paling realistis. “Tentu saja bisa. Ya kalau sekarang media sosial kan butuh *content writing*, kayak penulis naskah juga butuh bahasa juga,” JS.

Keberhasilan penggunaan bahasa dan sastra dalam industri kreatif tergantung pada pelaku. Minat dan keterampilan mempengaruhi keberhasilan industri yang dijalani. “Bisa tetapi tergantung pada pelaku itu sendiri. Kalau pintar mengelola harusnya bisa lebih dari apa yang direncanakan,” FF.

Siswa SMK Negeri 1 Miri berpendapat bahwa bahasa dan sastra memiliki peluang untuk terjun dalam ranah industri kreatif. Pandangan siswa SMK Negeri 1 Miri mengarah pada media sosial serta pembuatan video baik pendek maupun panjang yang kreatif dan

edukatif yang diunggah dan dinikmati di media sosial Youtube dan Tiktok. Ranah lain yang dapat dimasuki adalah sebagai penulis konten yang dibutuhkan dalam pembuatan video, iklan, dan berita untuk memperoleh konten yang menarik dan bermanfaat bagi penikmatnya. Keberadaan media industri kreatif yang beragam dan mudah dijumpai dapat dimanfaatkan sebagai tempat dan sarana mengenalkan, melestarikan, hingga mempromosikan kekayaan sastra telah melebar dan berkembang memanfaatkan media baru berupa media sosial seperti konten yang diunggah dalam kanal Youtube “Riri Cerita Anak Interaktif” (Mineri, 2022).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, guru Bahasa Indonesia dan siswa di SMK Negeri 1 Miri Kabupaten Sragen memiliki persepsi yang sama mengenai industri kreatif berbasis bahasa dan sastra Indonesia. Secara garis besar, guru dan siswa memiliki pandangan peluang yang sama, yaitu mengarah ke pembuatan konten, baik konten iklan hingga video.

Persepsi guru Bahasa Indonesia di SMK Negeri 1 Miri mengenai industri kreatif berbasis bahasa dan sastra adalah industri yang memadukan keterampilan berbahasa dan sastra serta inovasi dan kreativitas untuk menghasilkan produk yang berbeda daripada produk industri biasa untuk memperoleh nilai manfaatnya. Bahasa dan sastra Indonesia memiliki peluang yang besar untuk terjun dalam industri kreatif yang dapat menjadi media utama dalam industri kreatif maupun menjadi subjek pendukung.

Persepsi siswa SMK Negeri 1 Miri mengenai industri kreatif berbasis bahasa dan sastra adalah sebagai kreativitas yang diterapkan dalam dunia bahasa dan sastra untuk masuk dalam ranah industri yang dapat mengikuti perkembangan zaman. Namun, belum menyentuh ke ranah kebermanfaatannya. Pandangan siswa SMK Negeri 1 Miri mengarah pada media sosial serta pembuatan video baik pendek maupun panjang kreatif dan edukatif yang diunggah dan dinikmati di media sosial Youtube dan Tiktok. Siswa SMK Negeri 1 Miri berharap proses belajar bahasa dan sastra dapat membantunya untuk menciptakan suatu karya yang dapat membantu orang lain di lingkungan sekitar.

F. SARAN

Berdasarkan hasil studi pustaka ini, peneliti berharap supaya penelitian serupa mengenai industri kreatif berbasis bahasa dan sastra dapat dikembangkan dan disempurnakan. Hal tersebut diharapkan dapat memaksimalkan potensi bahasa dan sastra untuk terjun di dunia industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Candra, W., Harini, D. A., & Sumirta, N. (2017). *Psikologi Landasan Keilmuan Praktik Keperawatan Jiwa*. Denpasar: ANDI.
- Damono, S. D. (2018). Kesusastraan dan Industri Kreatif. *Jurnal Urban*, 2(1), 3-8. doi: <https://doi.org/10.52969/jsu.v2i1.41>
- Departemen of Culture, M. a. (1998). *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS.
- Hindun. (2018). Sikap Bahasa dan Nilai Ekonomi Kreatif dalam "Modern Moms". *IC-CALL (the 2nd International Conference on Culture, Art, Language, and Literature)*. Bandung: UIN Sunan Gunung Jati. Diambil kembali dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44657>
- Mineri, N. C. (2022). Media Industri Kreatif Sastra dalam Laman Youtube "Riri Cerita Anak Interaktif". *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, dan Seni*. 2, hal. 184-188. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta. Dipetik Januari 10, 2023, dari https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/prosiding_fbs/article/view/31271
- Nasirudin, S. (2018). Membangun Budaya Literasi dalam Industri Kreatif. *Seminar Nasional Dies Natalis UNM ke-57*, 359-370. Dipetik September 3, 2022, dari <http://eprints.unm.ac.id/11327/>
- Priyanti, E. T. (2015). *Desain Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam Kurikulum 2013*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Robbin, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior*. Prentice Hall: Fifteenth Edition.
- Ruslan, R., & Salam. (2022). Bahasa Pemikat Hati Pelanggan: Kreativitas Bahasa dalam Industri Kreatif. *TITIK DUA: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(1), 18-30. Dipetik September 10, 2022, dari <https://ojs.unm.ac.id/titikdua/article/view/25364>
- Sufanti, M. (2014). *Strategi Pengajaran Bahasa dan Sastra*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Sugono, D. (2014). *Peran dan Kekuatan Bahasa Indonesia dalam Industri Kreatif Kebahasaan*. Jakarta: Badan Pengembanagn dan Pembinaan Bahada Kementrerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Sutarto, A. (2014). Bahasa, Sastra, Zaman Edan, dan Industri Kreatif. *Literasi*, 4(2), 143-150. Dipetik September 3, 2022, dari <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/LIT/article/view/6264>
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan penerapannya dalam penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Suwandi, S. (2018). *Pendidikan Literasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Syukron, A. (2017). *Arah Pengembangan Pembelajaran Bahasa dan Sastra Berbasis Industri Kreatif dan Industri Budaya di Era GLocal*. Jember: Universitas Jember. Dipetik 10 2022
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.