

# STRATEGI KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM @KAMPUNGLALIGADGET UNTUK MEMPERKENALKAN PERMAINAN TRADISIONAL

<sup>1</sup>Syahrul Rozak Yahya, <sup>2</sup>Jupriono, <sup>3</sup>Amalia Nurul Muthmainah  
Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[rozakyahya77@gmail.com](mailto:rozakyahya77@gmail.com)

## **Abstrak**

*Traditional games are increasingly being replaced by more appealing gadget-based games. This has inspired Kampung Lali Gadget (KLG) to reduce children's dependence on gadgets by reintroducing traditional games through Instagram. This study aims to explore KLG's communication strategies in their Instagram content to attract children's interest in traditional games and encourage them to visit KLG. The focus of this research is on the communication strategies employed on Instagram @kampunglaligadget, using a descriptive qualitative approach. The study examines KLG's communication strategies in-depth, including audience identification, message creation, method selection, informativeness, persuasiveness, educational content, media selection, challenges, and evaluation. Data was collected through interviews with the founder and the social media team, as well as analyzing several Instagram posts from @kampunglaligadget based on predetermined indicators. The results show that KLG's effective communication strategy for conveying messages to parents involves using informative, persuasive, and educational content, such as personal or nostalgic posts and collaborations with other Instagram users to expand their reach. KLG also faces several challenges, such as a shortage of social media team members and restrictions on recording children, but they conduct continuous evaluations to improve their communication strategies.*  
**Keywords:** communication strategy, traditional games, Instagram, informative content, messaging

## **Abstrak**

Permainan tradisional kini mulai tergantikan oleh permainan gadget yang lebih menarik. hal ini menginspirasi Kampung Lali Gadget (KLG) untuk mengurangi ketergantungan anak-anak pada gadget dengan memperkenalkan kembali permainan tradisional melalui Instagram. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi strategi komunikasi KLG dalam konten Instagram mereka untuk menarik minat anak terhadap permainan tradisional dan mengajak mereka bermain di KLG. Fokus penelitian ini adalah strategi komunikasi pada Instagram @kampunglaligadget dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan mengkaji strategi komunikasi yang dilakukan KLG secara mendalam pada mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, informatif, persuasif, edukatif, seleksi pemilihan media, hambatan, serta evaluasi. Data diperoleh dengan wawancara kepada pendiri dan tim media sosial, serta menganalisis beberapa konten Instagram @kampunglaligadget dengan indikator yang sudah ditentukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi KLG yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada orang tua adalah menggunakan pendekatan konten yang bersifat informatif, persuasif, dan edukatif seperti konten yang personal atau nostalgia dan kolaborasi dengan pengguna Instagram lainnya untuk memperluas jangkauan. KLG juga menghadapi beberapa hambatan, seperti kekurangan anggota tim media sosial, larangan merekam anak-anak, dan lainnya, namun evaluasi berkelanjutan yang KLG lakukan untuk perbaikan strategi komunikasi mereka.

**Kata kunci:** strategi komunikasi, permainan tradisional, Instagram, konten informatif, pesan

## Pendahuluan

Pada saat ini, permainan tradisional mulai tergantikan. Generasi milenial di masa sekarang lebih sering bermain menggunakan gadget. Hal tersebut karena anak-anak terbius dengan teknologi yang sangat canggih yang ditampakkan pada permainan tersebut, dan kecanggihan teknologi gadget memudahkan anak-anak untuk bergonta-ganti permainan yang mereka inginkan (Nur Cahyati Ngaisah et al., 2023). Hal tersebut lah merupakan alasan mengapa pada saat ini jarang kita jumpai anak-anak bermain permainan tradisional, namun dengan masalah sosial tersebutlah terbentuklah sebuah komunitas yang bernama Kampung Lali Gadget (KLG) yang berlokasi di desa Pagerngumbuk, Wonoayu, Sidoarjo. Peneliti memilih KLG sebagai subjek, karena KLG dapat memanfaatkan dampak positifnya yakni dengan menghidupkan, mengenalkan, dan mengajak anak-anak bermain permainan tradisional melalui media sosial yakni Instagram. Instagram dipilih dikarenakan Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak di dunia maupun Indonesia. Menurut Napoleon Cat (Ayu, 2024), pengguna Instagram di Indonesia saat ini mencapai 90,18 juta pengguna.

KLG memiliki 5.783 pengikut Instagram yang hampir semua merupakan orang tua, dan KLG telah membagikan 1000 postingan *feed*. Konten-konten yang ada di *feed* Instagram KLG yakni konten yang bersifat ajakan kepada orang tua, karena orang tua memiliki peran sangat penting dalam memperkenalkan dan menumbuhkan minat anak terhadap permainan sosial. Untuk mencapai tujuan, KLG memerlukan sebuah strategi komunikasi agar tujuannya bisa tercapai. Menurut Uchjana Effendy dalam buku berjudul *Dimensi Dimensi Komunikasi* strategi komunikasi merupakan suatu panduan dari perencanaan sebuah komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (1981:84) (Suryadi, 2018).

Landasan teori utama penelitian ini yakni strategi komunikasi, karena peneliti membahas mengenai strategi komunikasi Instagram @kampunglaligadget untuk memperkenalkan permainan tradisional. Arni pada bukunya (Arni, 2009) memberikan asumsi bahwa strategi komunikasi adalah seluruh cara dalam perencanaan sebuah taktik yang dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dan semua aspek yang ada terlibat pada proses komunikasi, agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. (Arni, 2009) pada bukunya berjudul "*Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik (IMC)*", memberikan asumsi bahwasannya mengenal khalayak, Menyusun pesan, menetapkan metode, menyampaikan pesan informatif, edukatif, memperusatif, memilih media yang tepat dan mengetahui hambatan pada proses komunikasi merupakan cara supaya pesan tersampaikan dengan efektif kepada sasaran komunikasi. Evaluasi juga sangat penting. Menurut (Suryadi, 2018) Kesuksesan dari strategi komunikasi tidak bisa dicapai tanpa melakukan evaluasi terhadap kelebihan-kelebihan dan kesiapan semua unsur yang terlibat didalamnya untuk menjadikan strategi komunikasi bisa berhasil

Strategi komunikasi digunakan mengkaji mengenai bagaimana strategi yang dilakukan KLG pada konten-konten @kampunglaligadget. Objek yang dikaji atau dianalisis yaitu konten-konten mengenai strategi mereka mengajak anak-anak bermain permainan tradisional yang sudah dilupakan oleh banyak kalangan. KLG sebagai subjeknya dan strategi komunikasi yang diterapkan pada platform Instagram sebagai objek dari penelitian ini. Strategi komunikasi digunakan untuk mengetahui seperti apa peran Instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, konten seperti apa yang dibuat oleh KLG agar anak-anak kenal dengan permainan tradisional dan minat untuk bermain permainan tradisional serta agar anak-anak mengurangi waktu bermain gadget. Rumusan masalah penelitian ini

adalah Bagaimana strategi komunikasi Instagram @kampunglalgadget untuk memperkenalkan permainan tradisional.

Sudah cukup banyak penelitian terdahulu yang membahas strategi komunikasi. Hanya saja fokus subjek dan objek dari penelitiannya berbeda antara satu dengan lainnya. Salah satu penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai referensi pada penelitian ini yakni penelitian yang ditulis (Rahmaniar & Lestari, 2019). Pada penelitian tersebut Rahmaniar dan Lestari hanya meneliti bagaimana pesan agar mudah diterima oleh komunikan sedangkan penulis meneliti bagaimana pesan pada konten Instagram dapat diterima dan dapat mengajak komunikan yakni agar memperkenalkan dan mengajak anaknya bermain permainan tradisional di KLG.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan dan mendeskripsikan masalah yang terjadi secara sistematis dan akurat lebih tepatnya mendeskripsikan strategi komunikasi KLG. Data primer yang digunakan berupa hasil wawancara dengan narasumber yang relevan, yaitu owner dan divisi media sosial KLG, dan Data sekunder pada penelitian ini berupa data-data hasil penelitian yang relevan membahas tentang KLG dan juga data yang diperoleh dari artikel berita di media sosial @kampunglalgadget. Data dianalisis berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, display, dan verifikasi, sementara teknik pengumpulan data mencakup wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Untuk keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber.

## **Hasil dan Pembahasan**

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan, yaitu untuk mengidentifikasi strategi komunikasi akun Instagram @kampunglalgadget dalam memperkenalkan permainan tradisional, penulis melakukan dokumentasi, observasi dan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan masalah ini. Penelitian ini dilaksanakan di Kampung Lali Gadget dan melibatkan pengamatan di media sosial Instagram. Metode penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data kualitatif yang kemudian diuraikan secara deskriptif. Oleh karena itu, hasil penelitian ini disajikan dengan fokus pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kampung Lali Gadget memperkenalkan permainan tradisional melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan strategi komunikasi sebagai landasan teori utama untuk menganalisis bagaimana KLG memperkenalkan permainan tradisional melalui Instagram.

Dalam pembahasan ini, penulis akan menyoroti fokus penelitian berdasarkan identifikasi masalah dan mengaitkannya dengan teori-teori dari berbagai literatur mengenai komunikasi, media sosial, dan media baru. Dari wawancara yang dilakukan dengan tiga informan, peneliti memperoleh beberapa temuan yang informatif. Peneliti kemudian mengelompokkan hasil penelitian ini berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi. Berikut adalah hasil penemuan peneliti:

### **1. Mengenal Khalayak**

Penelitian ini menemukan bahwa sasaran konten Instagram @kampunglalgadget adalah orang tua dan lembaga sekolah. Tetapi sasaran khalayak utama mereka orang tua berumur 25-35 tahun, dengan strategi komunikasi yang berfokus pada pendekatan personal untuk meningkatkan partisipasi dan pemahaman. KLG menggunakan caption yang langsung mengajak interaksi orang tua, seperti "coba tulis di komentar, menurut parents apa yang bikin anak bahagia," dan menantang sekolah untuk mengikuti kegiatan bermain permainan

tradisional. Untuk mendekati diri dengan orang tua, KLG menyapa pengikut baru, membalas komentar, dan membuat konten yang mudah dipahami. Interaksi yang aktif ini menciptakan rasa dihargai bagi followers, meningkatkan partisipasi dan dukungan terhadap inovasi KLG. Konten yang interaktif dan pertanyaan yang mendorong komentar juga membantu meningkatkan keterlibatan dan memberikan ide serta masukan untuk pengembangan lebih lanjut. Strategi ini efektif dalam memperkenalkan permainan tradisional kepada anak-anak melalui dukungan orang tua dan lembaga sekolah.

## **2. Menyusun Pesan**

Penelitian ini mengungkap bahwa Kampung Lali Gadget (KLG) menggunakan konten Instagram untuk menyampaikan pesan yang menarik perhatian dan emosi khalayak, terutama orang tua dan lembaga sekolah. Meski tanpa perencanaan dan skrip, KLG menghasilkan konten edukatif dan informatif yang mengkampanyekan pentingnya permainan tradisional dan bahaya kecanduan gadget. Konten edukatif dominan karena bertujuan mengedukasi orang tua mengenai manfaat permainan tradisional. Untuk menyentuh emosi orang tua, KLG menggunakan konten nostalgia personal yang mengingatkan mereka pada permainan masa kecil, serta konten yang menampilkan kunjungan artis dan turis ke KLG untuk membangkitkan rasa penasaran. Strategi ini efektif menjembatani orang tua dalam mengenalkan permainan tradisional kepada anak-anak mereka.

## **3. Menetapan Metode**

Kampung Lali Gadget (KLG) menggunakan berbagai metode efektif di Instagram untuk mengajak orang tua memperkenalkan permainan tradisional kepada anak-anak. Berdasarkan wawancara dengan Achmad Irfandi, KLG membuat konten yang bersifat ajakan dan nostalgia, serta menggunakan metode pengulangan dalam caption untuk menekankan pesan. Mereka juga menunjukkan kebahagiaan anak-anak yang bermain di KLG untuk membangun kepercayaan khalayak. Selain itu, KLG aktif berkomentar di postingan influencer yang relevan untuk meningkatkan awareness dan followers. Hasilnya, jumlah followers KLG meningkat dan banyak pengunjung datang ke KLG untuk memperkenalkan permainan tradisional kepada anak-anak. Kesimpulannya, metode yang diterapkan KLG berhasil mengajak orang tua berpartisipasi dalam melestarikan permainan tradisional.

## **4. Informatif**

Konten informatif ini merupakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh KLG untuk memperkenalkan permainan tradisional khususnya pada anak. KLG membuat konten informatif mengenai beberapa hal seperti sejarah dan manfaat permainan tradisional. KLG juga membuat konten informasi mengenai permainan yang dimainkan di KLG, jadwal bermain di KLG serta konten yang menunjukkan aktivitas di KLG. Tujuan dari konten tersebut dibuat agar orang tua bijak dalam memilih permainan untuk anak, tidak tergantung pada gadget dan agar orang tua menjadi berminat memperkenalkan mengajak anaknya bermain permainan tradisional di KLG. Konten informasi seperti fakta-fakta mengenai manfaat permainan tradisional mereka ambil dari sumber-sumber yang dapat dipercaya seperti buku, jurnal, artikel media massa, dll.

## **5. Persuasif**

Dibuatnya konten-konten pada Instagram @kampunglaligadget adalah untuk mempengaruhi khalayak agar khalayak mengikuti saran dan pengetahuan yang KLG berikan dan KLG ingin mempengaruhi pengguna Instagram atau *followers* khususnya orang tua agar ikut berpartisipasi pada kegiatan bermain dan memperkenalkan permainan tradisional di KLG. Konten-konten yang ada di Instagram terbukti sudah mempengaruhi pengunjung yang datang ke KLG. 90 persen pengunjung yang datang di KLG karena konten-konten yang ada di

Instagram, dan dari konten tersebut banyak khalayak atau *followers* yang setuju dengan konsep KLG.

## **6. Edukatif**

konten edukatif yang sering dibuat oleh KLG adalah konten parenting yang menjelaskan mengenai cara mendidik anak dengan bermain permainan tradisional. konten edukatif lainnya yang dibuat KLG konten yang menjelaskan cara membuat mainan tradisional dan manfaat apa untuk anak jika membuat dan bermain permainan tersebut. Dari konten edukasi tersebut orang tua memiliki wawasan cara mendidik anak dengan permainan tradisional. KLG membuat tutorial membuat permainan tradisional agar orang tua bisa memperkenalkan permainan tradisional kepada anaknya dengan mengajari mereka membuat permainan di rumah. Konten edukatif pada Instagram @kampunglialigadget diterapkan pada kegiatan yang mereka laksanakan..

## **7. Seleksi dan Pemilihan media**

KLG menggunakan saluran atau media Instagram sebagai media utama menyampaikan pesan untuk memperkenalkan permainan tradisional. Instagram dipilih karena sesuai dengan sasaran yang dicari di Instagram yakni orang tua umur 25-30. Faktanya KLG tidak mempunyai target jumlah konten yang dibuat, dan juga target jumlah *view* setiap minggunya. Walaupun tidak memiliki target jumlah *view* KLG memiliki konten dengan *view* sebanyak lebih dari 49.000. Konten *view* terbanyak KLG adalah konten yang menampilkan beberapa *influencer*.

## **8. Hambatan**

KLG mempunyai hambatan saat proses komunikasi atau penyampaian pesan pada proses konten Instagram @kampunglialigadget, akan tetapi KLG dapat menemukan solusi dan mengatasi permasalahan yang mereka alami dengan cara evaluasi. Faktanya KLG tidak pernah mendapatkan respon yang buruk dari khalayak, mereka hanya mendapatkan saran saja, dan saran tersebut diterima dengan lapang dada oleh KLG dengan tujuan agar KLG bisa menjadi lebih baik lagi. KLG menghadapi hambatan seperti kekurangan anggota tim, larangan merekam beberapa anak-anak dan permasalahan penggunaan gadget yang tidak sesuai dengan nama Kampung Lali Gadget itu sendiri. Namun, dengan evaluasi yang berkelanjutan dan menerima saran dari pengikut, KLG berhasil mengatasi masalah dan terus memperbaiki konten mereka.

## **9. Evaluasi**

Evaluasi rutin merupakan langkah penting yang dilakukan oleh KLG setiap bulan untuk meninjau dan memperbaiki berbagai aspek operasional dan strategi komunikasi, seperti yang didukung oleh Zaenal Arifin dalam jurnal (Shabilla et al., 2022). Evaluasi ini mencakup penilaian kegiatan di dalam dan di luar KLG serta strategi konten Instagram @kampunglialigadget untuk menarik orang tua agar membawa anak-anak mereka bermain di KLG. Evaluasi membantu mengidentifikasi permasalahan seperti kesulitan menarik perhatian *followers* Salah satu isu utama adalah bagaimana menggaet *followers* dalam tiga detik pertama untuk menarik perhatian mereka. Mereka juga membahas cara menyampaikan pesan secara efektif melalui konten agar dapat memberikan dampak yang diinginkan. Aspek visual dan pesan yang kuat menjadi fokus utama dalam usaha mereka untuk membuat konten yang menarik dan memikat. Permasalahan lain yang sering muncul adalah kesulitan memahami apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh audiens mereka. Ketidakmampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi audiens sering kali menyebabkan konten menjadi tidak relevan atau kurang menarik. Hal ini berakibat pada penurunan jumlah *view* konten, yang pada akhirnya berdampak pada berkurangnya jumlah pengunjung yang datang ke KLG. Evaluasi rutin ini menunjukkan pentingnya adaptasi dan pemahaman mendalam terhadap audiens untuk menjaga relevansi dan efektivitas konten yang dibuat. Dalam evaluasi bersama anggota dan jajaran

KLG, mereka merundingkan cara mengatasi masalah terkait konten Instagram, berupaya memperbaiki diri dengan mempelajari cara menjangkau lebih banyak khalayak dan menyampaikan pesan yang efektif. Mereka juga berinteraksi langsung dengan orang tua pengunjung untuk mengetahui jenis konten yang disukai dan mendorong kunjungan, membantu menyusun strategi konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens.

## Kesimpulan

Strategi komunikasi akun Instagram @kampunglaligadget untuk memperkenalkan permainan tradisional menggunakan beberapa strategi agar komunikasi yang dilakukan efektif yakni, mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, informatif, persuasif, edukatif, seleksi pemilihan media, dan hambatan. Dalam pelaksanaannya, Kampung Lali Gadget (KLG) berhasil memperkenalkan permainan tradisional kepada masyarakat, terutama melalui penerapan strategi komunikasi yang efektif sebagai landasan teori utama. Strategi komunikasi KLG yang berfokus pada orang tua dengan pesan konten informatif, persuasif dan edukatif dengan menggunakan metode *repeat* pada caption, dan menampilkan kebahagiaan anak-anak saat bermain di KLG, hal tersebut dirancang untuk menggaet kepercayaan khalayak, menarik perhatian dan emosi orang tua serta lembaga sekolah, dan mendorong orang tua untuk memperkenalkan permainan tradisional kepada anak-anak mereka.

Dengan menggunakan Instagram sebagai saluran media utama dalam memperkenalkan permainan tradisional, KLG dapat menyampaikan pesan mereka secara efektif dan merangsang interaktif yang positif dari khalayak. Walaupun KLG menghadapi beberapa hambatan, seperti kekurangan anggota tim dan larangan merekam anak-anak, evaluasi berkelanjutan yang memungkinkan KLG untuk terus memperbaiki strategi komunikasi mereka. dengan demikian, KLG telah membuktikan bahwa melalui kolaborasi yang berkesinambungan dan strategi komunikasi yang efektif, KLG dapat memperkenalkan permainan tradisional kepada masyarakat dan mencapai tujuan yang diinginkan. Evaluasi rutin mereka laksanakan setiap satu bulan sekali atau saat ada sesuatu masalah yang perlu mereka perbaiki dengan tujuan untuk mengetahui serta mengatasi kekurangan dan permasalahan yang terjadi pada strategi komunikasi yang KLG lakukan di Instagram. Pada proses evaluasi KLG dapat mengetahui bagaimana cara mereka mengatasi masalah strategi komunikasi yang mereka hadapi.

## Daftar Pustaka

- Arni, M. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Ayu, M. (2024). *Data Pengguna Instagram di Indonesia hingga Mei*. DataIndonesia.id.
- Fiantika, F. R. (2022). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Global Eksekutif Teknologi
- Nur Cahyati Ngaisah, Ayyubi, M. Al, Fajzrina, L. N. W., Aulia, R., Munawarah, Fadillah, C. N., & Zohro, N. P. (2023). Permainan Tradisional Kelereng dan Perannya dalam Mengembangkan Keterampilan Sosial Anak. *Jurnal Ilmia Potensia*, 8(1), 103–113.
- Rahmaniar, A. W., & Lestari, M. T. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi Dan Informatika Communication Strategy in Socialization of Digital Literation Program Through Instagram Social Media Ministry of Communica. *e-Proceeding of Management*, 6(1), 1819–1827.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view>

w/8625

Shabilla, V., Junita Triwardhani Prodi Manajemen Komunikasi, I., Ilmu Komunikasi, F., & Islam Bandung, U. (2022). Instagram Sebagai Media Komunikasi Content Creator dengan Followers. *Bandung Conference Series: Vommunication Management*, 2(2), 570–578. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i2.3833>

Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi : Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Remaja Rosdakarya.