

Teacher Influencers' Speeches on Accelerating the Transformation of Micro-Celebrity Teachers on Instagram

Tutor Guru Influencer dalam Akselerasi Transformasi Guru *Micro-Celebrity* di Instagram

Syofia Ulfah^{1*} Yurni¹ Yusrizal² Syifa Khairunnisa Yuhirman³

¹Universitas Islam negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia

²Universitas Merangin, Jambi

³Universitas Brawijaya, Malang

Corresponding Author. E-mail: syofiahulfah@uinib.ac.id

DOI: 10.24036/jeli.v4i1.209

Submitted: 26/06/26

Revised: 05/07/26

Accepted: 07/07/26

Abstract

The rapid development of social media has shifted the role of teachers from formal educators in the classroom to digital public figures who actively produce educational content. This study aims to identify the forms of speech acts (locutionary, illocutionary, perlocutionary) of teacher influencers on Instagram and analyze their contribution to the construction of micro-celebrity identities. Using an interpretive qualitative approach, this study examines eight purposively selected teacher influencers. The research data includes verbal texts and paralinguistic elements from videos, captions, netizen comments, and highlight features. The findings indicate that in the study of digital pragmatics, speech acts occur multimodally with a dominant illocutionary function, while perlocutionary effects reach a wider social area due to the influence of social media algorithms. Language is no longer merely a means of communication, but an instrument for shaping digital images and influence. These speech acts function as interpersonal communication strategies that transform formal pedagogical relationships into relational ones. Overall, the perlocutionary effects prove that the identity of teacher micro-celebrities is not constructed unilaterally, but is co-constructed by the communicator and the audience. Instagram ultimately serves as a space for the transformation of the teaching profession: from conventional classroom instructors to public communicators and digital authority figures in the field of education.

Keywords: *influencer teacher, digital pragmatics, speech acts, micro-celebrity*

Abstrak

Pesatnya perkembangan media sosial telah menggeser peran guru dari pendidik formal di ruang kelas menjadi figur publik digital yang aktif memproduksi konten edukatif. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bentuk tindak tutur (lokusi, ilokusi, perlokusi) guru influencer di Instagram dan menganalisis kontribusinya terhadap konstruksi identitas *micro-celebrity*. Menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif penelitian ini mengkaji delapan guru *influencer* yang dipilih secara purposive. Data penelitian mencakup teks verbal dan elemen paralinguistik dari video, *caption*, komentar netizen, serta fitur *highlight*. Temuan menunjukkan bahwa dalam kajian pragmatik digital, tindak

tutur berlangsung secara multimodal dengan fungsi ilokusi yang dominan, sementara efek perlokusi menjangkau area sosial yang lebih luas akibat pengaruh algoritma media sosial. Bahasa tidak lagi sekadar alat komunikasi, melainkan instrumen pembentuk citra dan pengaruh digital. Tindak tutur tersebut berfungsi sebagai strategi komunikasi interpersonal yang mentransformasi hubungan pedagogis formal menjadi relasional. Secara keseluruhan, efek perlokusi membuktikan bahwa identitas *micro-celebrity* guru tidak dibangun secara sepihak, melainkan dikonstruksi bersama oleh komunikator dan audiens. Instagram akhirnya berfungsi sebagai ruang transformasi profesi guru: dari pengajar kelas konvensional menjadi komunikator publik sekaligus figur otoritas digital di bidang pendidikan.

Kata kunci: *guru influencer, pragmatik digital, tindak tutur, selebriti mikro*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi dan memengaruhi berbagai profesi. Media sosial tidak lagi hanya menjadi tempat berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang untuk membangun identitas dan memperluas jejaring sosial. Platform seperti Instagram memungkinkan pengguna menampilkan diri, membangun hubungan dengan berbagai kalangan, serta memperoleh pengakuan melalui konten visual dan narasi yang dibagikan secara konsisten. Dalam konteks ini, peran guru tidak lagi terbatas pada ruang kelas, tetapi juga berkembang ke ruang digital sebagai bagian dari praktik profesionalnya. Perubahan tersebut sejalan dengan konsep masyarakat jaringan (*network society*) yang menempatkan komunikasi digital sebagai pusat interaksi sosial (Castells, 2007). Oleh karena itu, guru perlu beradaptasi dengan perkembangan digital agar tetap relevan. Selain itu, peserta didik, terutama Generasi Z dan Generasi Alfa, sangat dekat dengan media sosial sehingga interaksi pembelajaran juga mulai bergeser ke platform digital. Mengingat Instagram merupakan salah satu *platform* yang paling banyak digunakan oleh kelompok usia 18–34 tahun (NapoleonCat, 2023), *platform* ini memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan guru, tidak hanya sebagai media berbagi praktik pembelajaran, tetapi juga sebagai sarana membangun citra profesional dan memperluas pengaruhnya di masyarakat.

Munculnya fenomena *teacher influencer* atau guru influencer merupakan dampak dari berkembangnya pendidikan yang semakin terintegrasi dengan budaya digital. Guru influencer adalah pendidik profesional yang aktif membuat konten edukatif di media sosial dan memiliki banyak pengikut (*followers*). Konten yang dibagikan beragam, seperti strategi pembelajaran, pengalaman mengajar, refleksi profesional, hingga interaksi dengan peserta didik di kelas. Fenomena ini menunjukkan bahwa peran guru tidak lagi hanya sebagai pendidik di lingkungan sekolah, tetapi juga sebagai figur publik di ruang digital yang memiliki pengaruh dalam komunitas daring (Carpenter, Shelton, dan Schroeder, 2023; Marwick & Boyd, 2011). Dalam kajian budaya digital, praktik tersebut berkaitan dengan konsep *micro-celebrity*. Menurut Senft (2008), *micro-celebrity* adalah strategi individu dalam membangun dan mengelola citra publik melalui media sosial. Guru yang menerapkan strategi ini bukanlah selebritas dalam pengertian tradisional, tetapi individu yang secara sadar membangun identitas digital untuk memperoleh perhatian, pengakuan, dan kedekatan dengan audiens (Marwick & Boyd, 2011). Enke dan Borchers (2019) menjelaskan bahwa praktik *micro-celebrity* ditandai oleh tiga

karakteristik utama, yaitu pengelolaan citra yang menarik, interaksi dua arah yang aktif dengan pengikut, serta penciptaan hubungan yang terasa dekat.

Dalam konteks guru influencer, perubahan identitas menjadi *micro-celebrity* tidak terjadi secara alami, tetapi dibangun melalui strategi komunikasi yang dirancang secara sadar. Bahasa yang digunakan dalam video, *caption*, maupun interaksi di kolom komentar menjadi sarana utama untuk membentuk identitas tersebut. Oleh karena itu, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun citra diri dan hubungan dengan audiens. Kajian pragmatik digital menjelaskan bahwa setiap ujaran di ruang digital merupakan suatu tindakan yang memiliki tujuan tertentu (Herring, 2007; Yus, 2011). Setiap tuturan guru influencer di Instagram mengandung tiga aspek, yaitu lokusi (apa yang diucapkan), ilokusi (maksud yang ingin disampaikan), dan perlokusi (dampak yang ditimbulkan pada audiens). Di media sosial, dampak tersebut dapat diamati melalui respons pengguna, seperti komentar, tanda suka (*likes*), pembagian konten (*shares*), dan bentuk interaksi lainnya. Selain itu, guru influencer lebih banyak menggunakan tindak tutur ekspresif, seperti memuji dan mengucapkan terima kasih, serta tindak tutur direktif yang disampaikan secara santun melalui ajakan atau pertanyaan reflektif. Pola ini menunjukkan bahwa komunikasi guru di media sosial cenderung bergeser dari gaya yang bersifat otoritatif menuju komunikasi yang lebih dekat dan membangun hubungan dengan audiens.

Dominasi tindak tutur yang bersifat relasional sejalan dengan prinsip-prinsip komunikasi interpersonal. Komunikasi yang efektif dibangun melalui kedekatan emosional, empati, keterbukaan, sikap saling mendukung, dan respons yang baik antara komunikator dan komunikan. Di Instagram, komunikasi tersebut berlangsung melalui media digital, tetapi tetap mempertahankan unsur dasar interaksi antarmanusia, seperti pembentukan kesan dan pemberian umpan balik yang cepat. Kondisi ini dapat dijelaskan melalui konsep dramaturgi di era digital (Hogan, 2010), yang membedakan ruang interaksi menjadi *front stage* sebagai ruang penampilan publik dan *back stage* sebagai ruang pribadi. Pada *front stage*, individu secara sadar menampilkan citra yang ingin ditunjukkan kepada audiens, dan pengelolaan kesan (*impression management*) ini tercermin langsung pada pilihan tindak tutur yang digunakan (Goffman, 1959). Ketika guru influencer hendak menonjolkan ketegasan dan otoritas pedagogisnya, tindak tutur direktif (seperti ajakan, perintah, atau anjuran kepada peserta didik dan pengikut) cenderung mendominasi unggahan. Sebaliknya, ketika guru berupaya menampilkan kehangatan, empati, dan kedekatan emosional dengan audiens, tindak tutur ekspresif (seperti ucapan terima kasih, pujian, atau ungkapan rasa bangga) menjadi lebih dominan. Dominasi jenis tindak tutur tertentu ini bukan sekadar pilihan linguistik acak, melainkan strategi presentasi diri yang disengaja untuk membentuk kesan tertentu di hadapan audiens digital (Marwick & boyd, 2011). Dalam konteks ini, Instagram menjadi ruang bagi guru influencer untuk membangun citra sebagai pendidik yang dekat dengan peserta didik. Melalui penggunaan tindak tutur yang tepat, guru influencer dapat membentuk persepsi positif terhadap profesi guru yang tidak lagi dipandang kaku, tetapi lebih menarik dan profesional. Dengan demikian, keberhasilan guru sebagai figur berpengaruh di media sosial sangat dipengaruhi oleh kemampuannya mengelola tindak tutur sebagai instrumen presentasi diri sekaligus strategi komunikasi interpersonal yang efektif di ruang digital.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas pemanfaatan media sosial oleh guru dalam mendukung profesionalisme dan pengembangan diri. Penelitian awal oleh

Lieberman dan Pointer Mace (2010) menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang kolaborasi bagi guru untuk berbagi praktik baik (*good practices*) dan membangun komunitas belajar profesional. Selanjutnya, Hartung dkk. (2023) menemukan bahwa media sosial memberikan ruang bagi guru untuk menampilkan sisi kreatif, humanis, dan menyenangkan dalam kegiatan mengajar, sekaligus membangun identitas profesional mereka. Hasil penelitian Verdu dan Abidin (2022) juga menunjukkan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media refleksi pembelajaran sekaligus sarana membangun citra profesional (*pedagogical branding*). Selain itu, Shelton dkk. (2020) mengungkapkan bahwa aktivitas guru di media sosial didorong oleh keinginan memperoleh pengakuan profesional serta ruang untuk mengekspresikan diri yang lebih fleksibel dibandingkan lingkungan sekolah formal. Meskipun demikian, kajian-kajian tersebut umumnya masih berfokus pada pemanfaatan media sosial untuk mendukung pembelajaran atau pengembangan profesional guru secara umum.

Meskipun penelitian sebelumnya telah memberikan kontribusi yang penting, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam kajian ini. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada fungsi media sosial sebagai sarana berbagi materi pembelajaran atau pengembangan kompetensi guru, tetapi belum membahas secara mendalam bagaimana penggunaan bahasa, khususnya tindak tutur, berperan dalam membentuk identitas guru sebagai *micro-celebrity*. Di sisi lain, penelitian tentang *micro-celebrity* umumnya menjadikan selebritas internet, pembuat konten, atau influencer sebagai objek kajian (Enke & Borchers, 2019; Marwick & boyd, 2011), sehingga profesi guru masih jarang diteliti. Selain itu, kajian tindak tutur dalam bidang pendidikan selama ini lebih banyak meneliti interaksi langsung di kelas, seperti strategi guru dalam memberi instruksi atau pola tanya jawab dengan peserta didik. Penelitian mengenai tindak tutur guru di media sosial, yang memiliki karakter semi-publik masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan mengintegrasikan tiga bidang kajian, yaitu Penelitian ini menggunakan tiga bidang kajian yang saling melengkapi untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu (1) teori tindak tutur Searle (1979) dalam pragmatik digital untuk menganalisis aspek tekstual, (2) teori kesantunan Brown dan Levinson (1987) dalam komunikasi interpersonal yang dimediasi komputer untuk menganalisis aspek paralinguistik dan interaksional, dan (3) teori dramaturgi Goffman (1959) dalam sosiologi media untuk menganalisis transformasi identitas guru sebagai *micro-celebrity* di Instagram.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada penggabungan kajian pragmatik digital dengan fenomena *micro-celebrity* pada profesi guru. Melalui metode netnografi, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi jenis-jenis tindak tutur, tetapi juga menganalisis bagaimana tindak ilokusi dan efek perlokusi berperan dalam membentuk identitas guru di media sosial. Metode ini dipilih karena netnografi memungkinkan peneliti mengamati interaksi guru dan pengikutnya secara alami dalam konteks sebenarnya di Instagram, termasuk caption, komentar, dan balasan tanpa intervensi peneliti, sehingga data tindak tutur yang terjaring benar-benar mencerminkan praktik komunikasi digital yang otentik, bukan hasil rekayasa situasi wawancara atau eksperimen (Kozinets, 2015). Selain itu, netnografi memberi ruang bagi peneliti untuk menelusuri jejak interaksi secara longitudinal, sehingga terbentuknya identitas guru sebagai *micro-celebrity* dapat diamati sebagai proses yang berkembang dari waktu ke waktu, bukan sekedar potret suatu saat. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bentuk tindak tutur

(lokusi, ilokusi, perlokusi) guru influencer di Instagram dan menganalisis kontribusinya terhadap konstruksi identitas *micro-celebrity*. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan teori tindak tutur ke dalam konteks komunikasi digital yang bersifat multimodal dan dipengaruhi oleh algoritma media sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi para guru dalam membangun komunikasi digital yang mampu meningkatkan pengaruh positif mereka di ruang publik digital serta mendukung kemajuan pendidikan di era digital.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan metode netnografi untuk mengkaji budaya, perilaku, dan pola komunikasi di ruang digital. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada praktik komunikasi yang dimediasi teknologi (*computer-mediated communication*) serta penggunaan tindak tutur dalam interaksi di media sosial. Melalui metode netnografi, peneliti mengamati bagaimana guru influencer membangun identitas diri dan berinteraksi melalui teks maupun konten visual di Instagram. Analisis tidak hanya berfokus pada isi pesan, tetapi juga pada makna yang dibangun dalam konteks media sosial. Penelitian ini dibatasi pada analisis aspek tekstual, paralinguistik, dan interaksional pada berbagai fitur Instagram tanpa melakukan interaksi langsung dengan subjek penelitian. Meskipun metode ini memberikan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena komunikasi digital, penelitian ini memiliki keterbatasan karena tidak dapat memastikan motif atau tujuan pribadi subjek di luar apa yang mereka tampilkan di ruang publik digital.

Populasi penelitian ini adalah seluruh guru di Indonesia yang aktif membuat konten di Instagram. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan empat kriteria, yaitu: (1) guru formal yang secara aktif dan konsisten membagikan konten tentang pendidikan dan profesi keguruan, (2) memiliki tingkat keterlibatan (*engagement*) yang tinggi, ditunjukkan oleh banyaknya komentar dan tanda suka dari pengikut, (3) menampilkan interaksi dengan peserta didik maupun audiens di media sosial, dan (4) berada pada rentang usia produktif yang merupakan kelompok pengguna utama Instagram. Berdasarkan kriteria tersebut, terpilih delapan akun guru influencer sebagai sumber data, yaitu @kalinggabdt, @bugurupina, @nandayx, @dziya_nabilaaa, @efriel_sby, @ulfa.desty, @galihtyanr, dan @adelianurhaliza. Pengumpulan data dilakukan selama enam bulan, yaitu dari Januari hingga Juni 2024, untuk memperoleh pola penggunaan bahasa yang konsisten. Dalam penelitian ini, jumlah pengikut (*followers*) tidak dijadikan syarat utama, melainkan kualitas konten dan konsistensi interaksi dengan audiens menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan subjek.

Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama (*human instrument*) yang bertugas merencanakan penelitian, mengumpulkan data, menganalisis, dan menafsirkan hasil. Untuk mendukung proses tersebut, digunakan instrumen pelengkap berupa panduan kodifikasi tindak tutur, lembar pencatatan konteks digital, serta komputer dan perangkat lunak *spreadsheet* untuk mengelola data. Sumber data penelitian terdiri atas dua jenis, yaitu data verbal berupa tuturan dalam video, caption, dan balasan komentar, serta data nonverbal yang meliputi penggunaan emoji, tanda baca, dan unsur visual lainnya. Data dikumpulkan melalui observasi digital nonpartisipatif dengan mengamati aktivitas subjek tanpa terlibat langsung dalam interaksi. Peneliti

mengunduh video, menyalin caption, serta mendokumentasikan interaksi di kolom komentar dan konten pada fitur highlight yang sesuai dengan fokus penelitian. Seluruh data kemudian didokumentasikan dan diberi kode berdasarkan nama akun dan tanggal unggahan agar proses analisis dapat ditelusuri secara sistematis.

Prosedur pengumpulan data dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Peneliti memilih tuturan yang menunjukkan fungsi komunikasi interpersonal, seperti memberikan pujian, mengoreksi kesalahan peserta didik, menyampaikan humor, dan menjawab pertanyaan dari pengikut. Setiap data yang dipilih harus memuat interaksi dua arah sehingga efek perlokusi dapat diamati melalui respons audiens di kolom komentar. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan pemeriksaan awal untuk memastikan data tetap lengkap dan tidak kehilangan konteks akibat penghapusan konten oleh pemilik akun. Penggunaan observasi nonpartisipatif memungkinkan peneliti memperoleh data yang alami dan sesuai dengan kondisi sebenarnya karena subjek tidak mengetahui bahwa aktivitasnya sedang diamati untuk penelitian. Seluruh data berupa teks dan dokumentasi visual kemudian disimpan dalam media penyimpanan (*cloud*) untuk menjaga keamanan dan memudahkan proses analisis.

Analisis data dilakukan secara bertahap dengan menggabungkan analisis interaktif dan kajian linguistik-komunikasi. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu menyeleksi hasil tangkapan layar dan menghapus data yang tidak berkaitan dengan interaksi pedagogis maupun komunikasi interpersonal. Tahap kedua adalah klasifikasi pragmatik, yaitu mengodekan dan mengelompokkan tuturan ke dalam kategori lokusi, ilokusi, dan perlokusi berdasarkan teori tindak tutur Austin, kemudian mengidentifikasi jenis ilokusinya menurut klasifikasi Searle, yaitu representatif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Tahap ketiga adalah analisis kontekstual, yaitu menafsirkan makna tindak tutur dengan mempertimbangkan konteks komunikasi di media sosial, unsur paralinguistik, serta respons audiens di kolom komentar. Selanjutnya, hasil analisis diinterpretasikan menggunakan teori komunikasi interpersonal DeVito dan perspektif dramaturgi Goffman untuk menjelaskan bagaimana tindak tutur digunakan sebagai strategi membangun citra diri (*self-presentation*) dan kedekatan dengan audiens. Tahap terakhir adalah menyusun kesimpulan mengenai peran tindak tutur dalam mendukung transformasi identitas profesional guru menjadi micro-celebrity di Instagram.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi dan ketekunan pengamatan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data tindak tutur yang terdapat pada video, caption, dan respons audiens di kolom komentar. Selain itu, triangulasi teori dilakukan dengan menganalisis data menggunakan dua perspektif, yaitu teori tindak tutur untuk menjelaskan aspek kebahasaan dan teori komunikasi interpersonal untuk menjelaskan fungsi hubungan sosial yang dibangun melalui tuturan. Ketekunan pengamatan dilakukan dengan mengamati dan menganalisis pola komunikasi guru influencer selama enam bulan sehingga dapat dipastikan bahwa temuan penelitian menunjukkan pola yang konsisten, bukan peristiwa yang bersifat sementara. Untuk mengurangi subjektivitas penafsiran, peneliti juga melakukan *peer debriefing* melalui diskusi dengan ahli linguistik dan sosiologi media. Seluruh tahapan penelitian, mulai dari pemilihan subjek hingga penarikan kesimpulan, didokumentasikan secara sistematis agar penelitian ini dapat direplikasi oleh peneliti lain dengan tingkat keandalan yang tinggi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berdasarkan delapan akun guru influencer menunjukkan bahwa tindak tutur yang digunakan dalam komunikasi digital cenderung membangun hubungan yang lebih relasional daripada sekadar bersifat instruksional. Analisis data menunjukkan adanya pergeseran dari tuturan yang hanya menyampaikan informasi (lokusi) menuju tuturan yang memiliki tujuan komunikasi yang kuat (ilokusi) dan menghasilkan dampak yang luas (perlokusi) melalui interaksi di Instagram. Secara umum, hasil penelitian ini dijabarkan pada tabel 1. Pada akun @kalinggabdt, misalnya, strategi komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z ditunjukkan melalui penggunaan bahasa yang santai, humor, dan apresiasi kepada audiens. Strategi ini menghasilkan respons yang tinggi, terlihat dari jumlah tanda suka (likes) yang mencapai 13.000 hingga 243.000. Baik tuturan dalam video maupun caption disampaikan sebagai ajakan untuk berinteraksi, bukan sekadar memberikan instruksi. Respons positif dari audiens di kolom komentar, seperti yang ditunjukkan oleh akun @daff_. dan @cuttharimayaratu, memperlihatkan bahwa tuturan tersebut mampu membangun kedekatan antara guru dan pengikutnya. Temuan ini menunjukkan bahwa tindak tutur guru influencer tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi pendidikan, tetapi juga membangun hubungan emosional dan kepercayaan dengan audiens di ruang digital.

Analisis terhadap akun @kalinggabdt menunjukkan bahwa tindak tutur ekspresif dan direktif yang disampaikan secara santun menjadi strategi komunikasi utama dalam membangun citra guru masa kini. Lingga menggunakan bahasa yang santai dan dekat dengan gaya komunikasi anak muda sehingga dinilai mampu mengurangi kesan kaku dalam pembelajaran. Hal ini terlihat dari komentar akun @daff_. yang menyatakan bahwa cara Lingga berinteraksi dengan Generasi Z sangat tepat. Komentar dari @nawalpriv_ juga menunjukkan bahwa sikap guru yang sering memberikan apresiasi kepada peserta didik menciptakan suasana kelas yang positif dan menginspirasi. Respons tersebut menunjukkan bahwa tindak tutur guru tidak hanya memberikan dampak kepada audiens secara langsung, tetapi juga mendorong munculnya inspirasi bagi pengguna lain. Melalui strategi komunikasi ini, Lingga dipandang bukan hanya sebagai guru di sekolah, tetapi juga sebagai mentor yang dekat dengan peserta didik.

Table 1. Distribusi Multimodal dan Fungsi Tindak Tutur Guru Influencer di Instagram

Nama Akun	Jenis Ilokusi Dominan	Komponen Multimodal	Strategi Komunikasi Interpersonal	Indikator Perlokusi Utama
@kalinggabdt	ekspresif	tuturan lisan dan komentar balasan	penggunaan bahasa kasual gaya genz	jumlah like dan validasi sosial kolektif netizen
@bugurupina	ekspresif	interaksi murid dan <i>pinned comment</i>	<i>positive reinforcement</i> dan kedekatan emosional	<i>Pedagogical Branding</i> dan Akumulasi Pujian Massal
@nandayx	ekspresif	video performatif dan teks caption	manajemen impresi atmosfer kelas ceria	stimulan motivasi dan inspirasi mengajar guru lain
@dziya_nabil aaa	direktif	video monolog dan fitur instagram story	Keterbukaan diskusi	retensi keterlibatan guru pemula

@efriel_sby	representatif	video tutorial, teks caption, dan gambar	pengelolaan persona guru kreatif dan inovatif	shares konten tinggi
@galihtyanr	direktif	video praktik, caption, dan ragam emoji	<i>complimenting</i> dan <i>cyber-humility</i> (egaliter)	diskusi dan teori antar pendidik
@ulfa.desty	ekspresif	konten reels dan kolom komentar	komunikasi dan sentuhan interpersonal	validasi sosial
@adelianurhaliza	ekspresif	foto, video pendek, dan teks pendukung	pengelolaan persona publik	fokus pesona fisik

Pola tindak tutur yang humanis juga terlihat pada akun @galihtyanr. Galih secara konsisten menggunakan tindak tutur ekspresif dan direktif yang disampaikan dengan hangat untuk membangun komunikasi yang baik dengan peserta didik. Ketika menghadapi situasi yang berpotensi menimbulkan konflik, seperti peserta didik yang terlambat masuk kelas, Galih tidak menggunakan tuturan yang bersifat menghukum. Sebaliknya, ia memulai komunikasi dengan memberikan pujian, kemudian mengajukan pertanyaan yang menunjukkan kepedulian terhadap kondisi peserta didik. Dalam balasannya kepada akun @dindyagung, Galih menjelaskan bahwa cara tersebut bertujuan membuat peserta didik merasa tenang, nyaman, dan aman untuk berkomunikasi. Dampak dari strategi komunikasi ini tidak hanya terlihat dalam interaksi di kelas, tetapi juga di media sosial melalui diskusi antarguru di kolom komentar mengenai cara mengajar Sains yang menyenangkan. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang tepat dapat mengubah pengalaman pembelajaran menjadi konten edukatif yang menarik dan mampu memperoleh perhatian luas di media sosial.

Selain itu, akun @galihtyanr memanfaatkan berbagai fitur interaktif Instagram untuk membangun kedekatan dengan para pengikutnya. Galih memberikan perhatian dan apresiasi yang sama kepada pengikut biasa maupun akun dengan banyak pengikut, sehingga membangun citra sebagai guru yang terbuka dan menghargai semua orang. Dalam balasan komentarnya, Galih juga menggunakan unsur paralinguistik, seperti emoji 🙏 dan 🤔, untuk memperkuat makna pesan sekaligus menunjukkan sikap rendah hati dan ramah. Respons yang cepat dan konsisten membuat pengikut merasa lebih dekat dan memandang Galih sebagai sosok guru modern yang demokratis. Selain itu, Galih sering menutup caption dengan ajakan atau pertanyaan reflektif yang mendorong audiens untuk berpartisipasi dalam diskusi. Strategi komunikasi ini tidak hanya meningkatkan interaksi di Instagram, tetapi juga memperkuat identitas Galih sebagai *micro-celebrity* di bidang pendidikan melalui hubungan yang dibangun secara konsisten dengan para pengikutnya.

Analisis terhadap akun @nandayx dan @adelianurhaliza menunjukkan bahwa tindak tutur ekspresif yang menampilkan suasana kelas yang hangat mampu meningkatkan keterlibatan emosional audiens. Akun @nandayx sering membagikan video kegiatan belajar yang penuh canda dan interaksi positif dengan peserta didik. Konten tersebut mendapat respons positif dari pengikut, termasuk akun @viraanggrn yang menyatakan keinginannya untuk menerapkan metode pembelajaran serupa. Respons ini menunjukkan bahwa konten yang dibagikan tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga menjadi sumber inspirasi bagi guru lain. Melalui interaksi yang hangat dan menyenangkan dengan peserta didik, @nandayx berhasil menyajikan kegiatan belajar sebagai konten yang edukatif sekaligus menghibur. Dampak komunikasi tersebut tidak

hanya dirasakan oleh peserta didik di kelas, tetapi juga memengaruhi cara masyarakat memandang sosok guru ideal di era digital.

Sementara itu, analisis terhadap akun @adelianurhaliza menunjukkan bahwa konten interaktif yang dibagikan tidak hanya memperoleh komentar yang berkaitan dengan pembelajaran, tetapi juga komentar yang berfokus pada penampilan pribadi. Misalnya, akun @nita.lgy memberikan komentar yang menjadikan konten tersebut sebagai referensi mengajar. Namun, terdapat pula komentar yang lebih banyak membahas penampilan fisik atau gaya hidup Adelia daripada isi edukasi yang disampaikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial dapat mengalihkan perhatian audiens dari pesan pendidikan menuju aspek personal pembuat konten. Dengan kata lain, dampak dari tuturan guru tidak selalu sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Meskipun demikian, Adelia tetap merespons berbagai komentar tersebut dengan ramah sehingga hubungan dengan para pengikut tetap terjaga. Sikap ini memperkuat kedekatan antara Adelia dan audiensnya serta mendukung pembentukan identitasnya sebagai *micro-celebrity*. Temuan ini menunjukkan bahwa guru influencer perlu menjaga keseimbangan antara menjalankan peran profesional sebagai pendidik dan memenuhi tuntutan media sosial yang sering menonjolkan aspek personal dan visual.

Hasil netnografi pada akun @bugurupina menunjukkan bahwa tindak tutur ekspresif digunakan sebagai strategi untuk memberikan penguatan positif sekaligus membangun hubungan dengan audiens. Dalam salah satu unggahannya tentang pembagian bekal dan interaksi dengan peserta didik, Pina menggunakan tuturan yang penuh kasih sayang dan didukung oleh penggunaan emoji 😊👍. Tuturan tersebut tidak hanya menunjukkan kedekatan dengan peserta didik, tetapi juga membangun citra dirinya sebagai guru yang peduli dan berdedikasi. Respons audiens di kolom komentar didominasi oleh pujian dan apresiasi, yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan mampu menyentuh perasaan para pengikutnya. Akumulasi respons positif tersebut memperkuat citra profesional (*pedagogical branding*) Pina sebagai guru influencer di media sosial. Dengan demikian, bahasa yang digunakan tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, tetapi juga membangun hubungan sosial yang kuat sehingga pengikut menjadi lebih loyal dan terdorong untuk mendukung serta menyebarkan kontennya di ruang digital.

Meskipun berhasil membangun citra yang positif, analisis pada akun @bugurupina juga menunjukkan adanya keterbatasan dalam komunikasi dengan audiens. Sebagian besar komentar yang muncul hanya berisi pujian terhadap sikap baik guru atau tingkah lucu peserta didik, tanpa membahas lebih jauh metode pembelajaran yang ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi edukatif dari konten terkadang tertutupi oleh kecenderungan audiens untuk lebih menikmati sisi hiburan di media sosial. Untuk mengatasi kondisi tersebut, beberapa guru influencer menggunakan fitur pinned comment dengan menampilkan komentar yang berisi pembahasan atau refleksi yang lebih bermakna. Strategi ini menunjukkan bahwa guru influencer berupaya mengarahkan diskusi agar tetap berfokus pada aspek pendidikan. Dengan mengelola interaksi di kolom komentar, guru tidak hanya menjaga kredibilitas profesionalnya, tetapi juga memperkuat citra sebagai figur publik yang bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil analisis terhadap kedelapan akun guru influencer, ditemukan benang merah yang menghubungkan pola tindak tutur, strategi komunikasi interpersonal, dan efek perlokasi ke dalam empat kecenderungan identitas yang berbeda. Meskipun

setiap akun memiliki karakteristik dan gaya komunikasi tersendiri, kesamaan pola pada ketiga aspek tersebut memungkinkan identitas guru influencer dikelompokkan menjadi beberapa tipologi yang saling melengkapi. Pengelompokan ini penting untuk menunjukkan bahwa pembentukan identitas guru sebagai *micro-celebrity* tidak bersifat tunggal, melainkan terbentuk melalui kombinasi berbeda antara jenis tindak tutur yang dominan, strategi interpersonal yang digunakan, serta dampak yang dihasilkan terhadap audiens. Berikut dipaparkan keempat pola identitas tersebut beserta akun yang merepresentasikannya.

Table 2. Distribusi Pola Identitas

No.	Pola	Penjelasan
1.	Pola Identitas Humanis-Relasional	Ditemukan pada akun @kalinggabd, @bugurupina, @nandayx, @galihtyanr, dan @ulfa.desty. Polanya: dominasi tindak tutur ekspresif (pujian, apresiasi, ungkapan kasih sayang) yang dipadukan strategi <i>positive reinforcement</i> dan kedekatan emosional, menghasilkan efek perlokusi berupa validasi sosial tinggi (likes, komentar positif) serta persepsi guru sebagai sosok hangat dan dekat dengan peserta didik/pengikut.
2.	Pola Identitas Otoritatif-Egaliter	Ditemukan pada akun @dziya_nabilaaa dan @galihtyanr. Polanya: tindak tutur direktif digunakan bukan untuk menghukum atau menekan, melainkan dibingkai melalui <i>complimenting</i> dan <i>cyber-humility</i> (sikap rendah hati), sehingga otoritas guru tetap terjaga namun terasa egaliter yang berefek pada keterbukaan diskusi dan retensi keterlibatan audiens, khususnya guru pemula.
3.	Pola Identitas Kreatif-Inovatif	Ditemukan pada akun @efriel_sby. Polanya: tindak tutur representatif digunakan untuk menampilkan (bukan mengarahkan atau mengekspresikan emosi) praktik mengajar melalui tutorial, sehingga membangun persona guru yang inovatif; efek perlokusinya tercermin pada tingginya angka <i>shares</i> sebagai bentuk pengakuan atas nilai edukatif kontennya.
4.	Pola Identitas Personal-Visual (Selebriti)	Ditemukan pada akun @adelianurhaliza. Polanya: tindak tutur ekspresif tetap dominan, tetapi strategi interpersonal lebih berorientasi pada pengelolaan persona publik dan penampilan; efek perlokusinya justru bergeser dari apresiasi terhadap konten edukatif menuju perhatian pada aspek fisik/gaya hidup, menunjukkan adanya distorsi perlokusi antara tujuan pedagogis dan ekspektasi audiens media sosial.

Secara keseluruhan, efek perlokusi yang ditemukan pada delapan akun guru influencer menunjukkan bahwa identitas *micro-celebrity* tidak dibentuk oleh guru saja, tetapi juga melalui interaksi dengan audiens. Fitur Instagram, seperti *likes*, *shares*, dan kolom komentar, menjadi ruang terjadinya proses saling membangun makna antara guru dan para pengikutnya. Tanda suka dan komentar positif dari audiens berfungsi sebagai bentuk pengakuan yang memperkuat pengaruh guru di media sosial. Sebaliknya, respons guru yang ramah dan empatik terhadap komentar pengikut membantu menjaga hubungan dan meningkatkan loyalitas audiens. Interaksi yang dimediasi oleh media sosial ini menciptakan rasa kedekatan antara guru dan pengikut, sehingga batas antara guru sebagai figur otoritas dan masyarakat sebagai audiens menjadi semakin berkurang. Kondisi tersebut membuat pengaruh guru influencer di ruang digital sering kali melampaui perannya sebagai pendidik di lingkungan sekolah.

Temuan penelitian ini memperkuat sekaligus memperluas hasil penelitian sebelumnya mengenai komunikasi guru di media sosial. Dibandingkan dengan penelitian Aslan (2024), yang menunjukkan bahwa Instagram menjadi ruang bagi guru untuk

membangun dan menegosiasikan identitas profesional, penelitian ini memberikan penjelasan yang lebih mendalam dari sisi kebahasaan. Penelitian terdahulu berfokus pada bagaimana guru menghadapi tuntutan profesional di sekolah dan keinginan untuk membangun popularitas di media sosial. Sementara itu, penelitian ini menunjukkan bahwa proses tersebut berlangsung melalui penggunaan tindak tutur, terutama tindak ilokusi ekspresif, yang digunakan secara tepat dalam konten maupun interaksi di kolom komentar. Dengan demikian, penelitian ini menjelaskan bahwa pembentukan identitas guru sebagai *micro-celebrity* tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan media sosial, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang dibangun melalui bahasa.

Temuan mengenai pedagogical branding pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Lemana II, dkk. (2024). Mereka menjelaskan bahwa guru memanfaatkan humor, pengalaman pribadi, dan interaksi di media sosial untuk mengurangi jarak dengan para pengikutnya. Penelitian ini mendukung temuan tersebut melalui data dari Instagram yang menunjukkan bahwa penggunaan emoji, bahasa yang santai, dan kosakata yang dekat dengan generasi muda membantu membangun kedekatan dengan audiens. Namun, penelitian ini memberikan temuan baru dengan menunjukkan bahwa strategi tersebut tidak hanya membangun kedekatan, tetapi juga diwujudkan melalui penggunaan tindak tutur yang disampaikan secara santun. Dengan cara ini, guru tetap dapat menyampaikan pesan-pesan pendidikan secara efektif tanpa mengurangi kesan hangat dan akrab dalam berkomunikasi dengan para pengikutnya. Meskipun demikian, Shelton, Schroeder, dan Curcio (2020) menjelaskan bahwa konten guru di Instagram sering kali lebih mendapat perhatian karena tampilan visualnya daripada isi atau pesan pembelajaran yang disampaikan. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan adanya distorsi perlokusi, yaitu ketika tujuan edukatif yang ingin disampaikan guru tidak menjadi fokus utama audiens. Sebaliknya, banyak pengguna lebih memperhatikan penampilan atau daya tarik pribadi guru. Sebagai kontribusi teoretis, penelitian ini menawarkan penggunaan fitur pinned comment sebagai strategi untuk mengarahkan kembali diskusi di kolom komentar agar lebih berfokus pada isi pembelajaran. Dengan cara ini, guru dapat menjaga kualitas diskusi sekaligus mempertahankan fungsi edukatif kontennya di media sosial.

Dalam konteks yang lebih luas, hasil penelitian ini juga mendukung temuan Selvi (2025) mengenai perubahan peran guru di era *attention economy*. Temuannya menunjukkan bahwa guru mulai menerapkan strategi manajemen impresi layaknya *micro-celebrity* untuk membangun citra yang autentik dan memperoleh pengaruh di media sosial. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut melalui konteks guru di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan guru membangun pengaruh di Instagram tidak hanya ditentukan oleh banyaknya jumlah pengikut (*followers*), tetapi juga oleh kemampuan menggunakan bahasa secara persuasif dan sesuai dengan karakteristik audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi pendidikan di era digital tidak lagi terbatas pada ruang kelas, tetapi telah berkembang menjadi komunikasi yang lebih terbuka dan interaktif melalui media sosial.

Penelitian ini menunjukkan bahwa teori tindak tutur Austin dan Searle masih relevan untuk dikembangkan dalam konteks komunikasi digital. Hasil penelitian membuktikan bahwa tindak tutur di media sosial bersifat multimodal karena tidak hanya disampaikan melalui bahasa, tetapi juga didukung oleh unsur visual, emoji, dan fitur interaktif lainnya. Selain itu, efek perlokusi di Instagram memiliki jangkauan yang lebih

luas dibandingkan komunikasi tatap muka karena dipengaruhi oleh algoritma platform. Tuturan yang awalnya ditujukan kepada peserta didik di kelas dapat menjangkau ribuan bahkan ratusan ribu pengguna media sosial. Kondisi ini menimbulkan *context collapse*, yaitu ketika satu konten dikonsumsi oleh audiens dengan latar belakang dan penafsiran yang berbeda-beda. Oleh karena itu, guru influencer perlu menggunakan tindak tutur yang adaptif, inklusif, dan mudah dipahami oleh berbagai kelompok audiens agar pesan yang disampaikan tetap diterima secara positif serta mengurangi risiko munculnya respons negatif di media sosial.

Instagram tidak lagi hanya berfungsi sebagai media berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang yang mendorong perubahan peran profesional guru di era digital. Guru yang awalnya berperan sebagai pendidik di ruang kelas kini berkembang menjadi komunikator publik di media sosial, bahkan menjadi *micro-celebrity* yang memiliki pengaruh terhadap audiens yang lebih luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak tutur, baik melalui ilokusi yang bersifat relasional maupun penggunaan unsur paralinguistik, berperan penting dalam proses perubahan tersebut. Guru memperoleh pengaruh di ruang digital bukan hanya karena profesinya, tetapi juga karena kemampuannya membangun komunikasi dengan audiens. Dengan demikian, bahasa di media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi alat untuk membangun citra profesional, memperluas pengaruh, dan membentuk kembali peran guru di era digital.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi identitas guru dari pendidik formal menjadi *micro-celebrity* di Instagram berlangsung melalui penggunaan tindak tutur yang dirancang secara strategis, sebagaimana ditemukan melalui netnografi terhadap akun-akun guru influencer. Pola komunikasi bergeser dari yang bersifat formal dan hierarkis menjadi lebih relasional dan partisipatif, ditandai oleh dominasi tindak tutur ekspresif (seperti pujian, humor, bahasa santai, dan emoji) serta tindak tutur direktif yang disampaikan secara santun, sehingga jarak antara guru dan audiens di ruang digital semakin berkurang. Kondisi ini memperkuat tujuan komunikasi guru (ilokusi) sekaligus memperluas dampaknya (perlokusi), karena interaksi tersebut turut didukung oleh algoritma media sosial yang menjangkau audiens jauh melampaui lingkungan sekolah. Bahasa di media sosial dengan demikian tidak lagi sekadar sarana penyampaian informasi pembelajaran, melainkan juga strategi membangun citra profesional dan mengelola kesan publik. Identitas guru sebagai *micro-celebrity* terbentuk bukan oleh guru semata, tetapi melalui interaksi timbal balik dengan audiens, di mana tanda suka, pembagian konten, dan komentar berfungsi sebagai bentuk pengakuan yang memperkuat pengaruh guru. Meskipun sebagian komentar audiens cenderung berfokus pada penampilan personal dibandingkan isi pembelajaran, guru influencer mampu mengelola kondisi tersebut, salah satunya melalui pemanfaatan fitur *pinned comment* untuk mengarahkan diskusi kembali ke aspek pendidikan. Temuan ini memperkuat relevansi teori tindak tutur Austin dan Searle dalam konteks pragmatik digital, sekaligus menegaskan bahwa relasi guru-audiens kini lebih ditentukan oleh kemampuan komunikasi responsif daripada otoritas formal. Sebagai rekomendasi, guru perlu menjaga keseimbangan antara etika profesi dan tuntutan popularitas media sosial, sementara penelitian selanjutnya disarankan menggunakan

metode campuran yang menggabungkan netnografi dengan wawancara mendalam untuk memahami motivasi di balik pengelolaan identitas digital guru secara lebih menyeluruh.

REFERENSI

- Aslan, E. (2024). Bite-sized language teaching in the digital wild: Relational pedagogy and micro-celebrity English teachers on Instagram. *System*, 121, 103238. <https://doi.org/10.1016/j.system.2024.103238>
- Austin, J. L. (1975). *How to do things with words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Boyd, D. (2010). Social Network Site as Networked Publics: Affordance, Dynamics, and Implication. In Z. Papacharissi (Ed), *A networked self: identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39-58). New York: Routledge.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Carpenter, J. P., Shelton, C. C., & Schroeder, S. E. (2023). The education influencer: A new player in the educator professional landscape. *Journal of Research on Technology in Education*, 55(5), 749–764. <https://doi.org/10.1080/15391523.2022.2030267>
- Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International journal of communication*, 1, 29-29.
- DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book*. Boston: Pearson Education.
- Enke, N., & Borchers, N. S. (2019). Social media influencers in strategic communication: a conceptual framework for strategic social media influencer communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 261–277. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1620234>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.
- Hartung, A., et al. (2023). *Teachers and social media practices*. London: Palgrave Macmillan.
- Herring, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet*, 4(1), 1-21.
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377-386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- Horton, D., & Wohl, R.R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction: Observation on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: redefined*. London: Sage Publications.
- Lemana II, H. E., Ulla, M. B., & Kohnke, L. (2024). TikTok for language teachers: Affordances of TikTok on teachers' identity and emotional vulnerability. *Heliyon*, 10(14), e34388. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34388>
- Lieberman, A., & Pointer Mace, D. (2010). Making practice public: Teacher learning in the 21st century. *Journal of Teacher Education*, 61(1-2), 77-88. <https://doi.org/10.1177/0022487109347319>

- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114-133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- NapoleonCat. (2023). *Instagram users in indonesia: July–September 2023 report*. Warsaw: NapoleonCat Analytics.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, John R. (1979). *Expression and meaning: Studies in the theory of speech acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Senft, T. M. (2013). *Microcelebrity and the branded self*. New York: New York University Press.
- Selvi, A. F. (2025). Teachers as influencers and personal brands on Instagram: Double-tapping language ideologies in the attention economy. *Applied Linguistics*, amaf039. <https://doi.org/10.1093/applin/amaf039>
- Shelton, C., Schroeder, S., & Curcio, R. (2020). Instagramming their hearts out: What do edu-influencers share on Instagram?. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 20(3), 529-554. <https://www.learntechlib.org/primary/p/215623/>
- Verdu, M., & Abidin, C. (2022). *Teachers on instagram: Professional identity in the digital age*. Singapore: Springer Nature.
- Watlher, J.B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: a relational perspective. *Communication Research*, 19 (1), 52-90. <https://doi.org/10.1177/009365092019001003>