

## Strategi Konten POV sebagai Upaya Meningkatkan Engagement Audiens di Instagram TVRI Jawa Timur

Khoirul Musa<sup>1</sup>, Nadhifah Rahmadiyah<sup>2</sup>, Althafina Maharani<sup>3</sup>, Moch. Ilham Zain  
Welerubun<sup>4</sup>, Abdullah Faadhil Hanavi Kaisuku<sup>5</sup>

24041184180@mhs.unesa.ac.id<sup>1</sup>, 24041184208@mhs.unesa.ac.id<sup>2</sup>,  
24041184067@mhs.unesa.ac.id<sup>3</sup>, 24041184229@mhs.unesa.ac.id<sup>4</sup>,  
24041184250@mhs.unesa.ac.id<sup>5</sup>

**ABSTRAK:** Perubahan pola konsumsi media mendorong LPP TVRI Jawa Timur untuk mengembangkan strategi komunikasi digital yang adaptif dalam menjangkau audiens muda. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi perencanaan, produksi, distribusi, dan evaluasi konten *Point of View* (POV) melalui serial “Cintaku Bersemi di TVRI” di Instagram Reels serta keterkaitannya dengan *engagement* audiens. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi digital, wawancara mendalam dengan tim pengelola media sosial TVRI Jawa Timur, dan dokumentasi metrik performa akun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten POV diterapkan melalui video pendek berdurasi satu hingga satu setengah menit, format vertikal, karakter yang konsisten, serta pendekatan naratif yang dekat dengan pengalaman sehari-hari audiens. Berdasarkan catatan performa tahunan akun Instagram TVRI Jawa Timur pada 2026, akun tersebut mencatat 25,3 juta tayangan, 16,5 juta jangkauan, 1,8 juta interaksi, dan pertumbuhan bersih 8.000 pengikut. Dominasi audiens nonpengikut dalam jangkauan dan interaksi menunjukkan potensi Instagram Reels dalam memperluas eksposur akun kepada pengguna baru. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi konten POV berpotensi memperkuat identitas digital, membangun kedekatan dengan audiens, dan mengurangi ketergantungan pada momentum olahraga musiman. Namun, kontribusi spesifik serial POV terhadap capaian performa akun masih memerlukan pengukuran berdasarkan metrik masing-masing unggahan.

**Kata kunci:** strategi konten POV, *engagement* audiens, Instagram Reels, TVRI Jawa Timur, komunikasi digital.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, menikmati hiburan, serta berinteraksi dengan berbagai lembaga media. Jika sebelumnya masyarakat bergantung pada televisi, radio, surat kabar, atau media cetak untuk mendapatkan informasi, saat ini berbagai informasi dapat diakses secara cepat melalui perangkat digital yang terhubung dengan internet. Perubahan tersebut juga memengaruhi pola komunikasi antara media dan audiens. Audiens tidak lagi hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan komentar, membagikan konten, menyimpan unggahan, serta menyampaikan pendapat secara langsung. Kondisi ini mendorong lembaga penyiaran untuk mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih kreatif, interaktif, dan sesuai dengan kebiasaan audiens masa kini. Perkembangan tersebut juga menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi telah menjadi ruang interaksi yang memungkinkan terbentuknya hubungan yang lebih dekat antara pengelola media dan audiens. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi generasi muda, khususnya Generasi Z yang sangat dekat dengan penggunaan media sosial. Dalam lingkungan perguruan tinggi, media sosial tidak lagi

hanya dimanfaatkan sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi ruang interaksi, diseminasi informasi, dan pembentukan identitas institusi (Ichwanuriszki et al., 2026)

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi dan konten audio-visual. Melalui fitur Instagram Reels, pengguna dapat menikmati video pendek dengan format vertikal yang praktis, dinamis, dan mudah diakses melalui telepon pintar. Format tersebut memungkinkan sebuah konten menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk pengguna yang belum mengikuti akun pembuat konten. Namun, luasnya peluang jangkauan tersebut perlu diimbangi dengan strategi pengemasan yang tepat. Konten yang dipublikasikan harus memiliki topik yang relevan, tampilan visual yang menarik, bahasa yang mudah dipahami, serta alur penyampaian yang mampu mempertahankan perhatian audiens. Strategi ini memanfaatkan relevansi dari realitas keresahan yang dirasakan oleh para karyawan di lingkungan kantor dan pekerjaan untuk membangun hubungan kedekatan dengan *audience*. Strategi ini dinilai efektif untuk meningkatkan jumlah interaksi dengan pengikut di setiap konten yang di unggah. (Septrian & Nirmala, 2025)

Tantangan tersebut juga dihadapi oleh Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia atau LPP TVRI Jawa

Timur. Sebagai lembaga penyiaran publik, TVRI Jawa Timur memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi, memberikan edukasi, menyediakan hiburan yang sehat, serta memperkenalkan berbagai potensi dan kebudayaan daerah kepada masyarakat. Permasalahan serupa juga ditemukan dalam penelitian mengenai strategi konten media sosial Beach Volleyball yang menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan belum optimal akibat kurangnya variasi konten, minimnya elemen interaktif, serta penjadwalan unggahan yang belum terstruktur. Penelitian tersebut menegaskan bahwa diperlukan strategi konten yang lebih inovatif dan interaktif serta didukung oleh perencanaan publikasi yang terstruktur untuk meningkatkan engagement audiens.(Jusnita, 2025) Peran tersebut perlu dikembangkan melalui media digital agar dapat menjangkau masyarakat yang memiliki kebiasaan mengakses informasi melalui media sosial, khususnya generasi muda. Meskipun TVRI Jawa Timur telah memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan lembaga, program televisi, kunjungan edukatif, dan aktivitas masyarakat, pengembangan konten dengan pendekatan yang lebih personal, ringan, dan dekat dengan pengalaman audiens masih perlu dilakukan. Penyesuaian tersebut diperlukan agar TVRI Jawa Timur tetap mampu mempertahankan identitasnya sebagai

media publik sekaligus mengikuti perkembangan pola konsumsi konten digital.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah penggunaan konten berbasis Point of View atau POV. POV merupakan teknik penyajian konten yang menempatkan audiens seolah-olah berada dalam posisi tokoh atau pencerita di dalam video. Melalui pendekatan ini, audiens tidak hanya menyaksikan suatu peristiwa, tetapi juga diajak untuk membayangkan dan merasakan situasi yang ditampilkan. Konten POV dapat digunakan untuk mengangkat tema yang dekat dengan kehidupan masyarakat, seperti tren, fenomena sosial, kebiasaan sehari-hari, gaya hidup, pengalaman bekerja, serta aktivitas di balik layar TVRI. Dalam penelitian ini, strategi tersebut diwujudkan melalui program digital “Cintaku Bersemi di TVRI” yang dirancang dalam bentuk serial video pendek berdurasi sekitar satu hingga satu setengah menit. Konten diproduksi menggunakan format vertikal 9:16, teknik kamera handheld atau sudut pandang orang pertama, subtitle, musik, efek suara, serta gaya bahasa yang komunikatif dan natural. Penggunaan pendekatan tersebut diharapkan mampu menciptakan pengalaman menonton yang lebih dekat, menarik, dan relevan bagi audiens Instagram.

Penerapan strategi konten POV tidak hanya berkaitan dengan proses produksi

video, tetapi juga meliputi tahap perencanaan, pemilihan tema, riset audiens, penyusunan naskah, pengambilan gambar, penyuntingan, publikasi, hingga evaluasi. Setiap unsur perlu dirancang secara terintegrasi agar konten dapat menyampaikan pesan secara jelas dan menarik perhatian audiens. Keberhasilan strategi tersebut dapat dilihat melalui engagement yang muncul dalam bentuk tanda suka, komentar, pembagian konten, penyimpanan unggahan, kunjungan ke profil, serta respons lain yang diberikan audiens. Engagement dapat menjadi indikator untuk mengetahui sejauh mana konten POV mampu membangun perhatian dan keterlibatan masyarakat terhadap Instagram TVRI Jawa Timur. Oleh karena itu, penelitian berjudul “Strategi Konten POV sebagai Upaya Meningkatkan Engagement Audiens di Instagram TVRI Jawa Timur” penting dilakukan untuk menganalisis proses perencanaan, produksi, dan distribusi konten POV melalui program “Cintaku Bersemi di TVRI”, sekaligus mengetahui bentuk keterlibatan audiens yang muncul setelah konten dipublikasikan.

#### **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena konstruksi strategi konten *Point of View* (POV) pada program digital “Cintaku Bersemi di TVRI” dalam meningkatkan *engagement* audiens. Pendekatan kualitatif dipilih untuk

menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dan proses komunikasi secara alami.

Teknik pengumpulan data mencakup observasi digital, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap unggahan video Reels serial “Cintaku Bersemi di TVRI” di akun Instagram @tvrijawatimur serta dinamika komentar audiens. Menurut Schrader, platform seperti Instagram menyediakan akses terhadap pembelajaran yang bersifat sosial, kontekstual, dan berbasis pengalaman, sehingga mendorong terjadinya proses belajar aktif sebagaimana ditekankan dalam teori konstruktivisme (Ransfeld Irvin, 2025). Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi langsung mengenai perencanaan dan produksi konten. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan arsip video, naskah, dan data pendukung metrik *engagement*.

Subjek atau informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan terdiri dari tim internal pengelola media sosial dan produser konten TVRI Jawa Timur sebagai informan kunci, serta audiens/pengikut aktif Instagram yang secara konsisten berinteraksi dengan konten POV tersebut. Sejalan dengan paradigma konstruktivis, data yang terkumpul melalui interaksi langsung dengan informan serta pengamatan terhadap aktivitas komunikasi di media

sosial, selanjutnya dianalisis secara kualitatif melalui tahap kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Intan et al., 2026).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan media sosial LPP TVRI Jawa Timur menghadapi perubahan dinamika konsumsi media yang signifikan, khususnya di kalangan Generasi Z dan Generasi Alpha yang cenderung mengakses berita dan hiburan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Persaingan yang terjadi tidak lagi hanya terbatas pada sesama stasiun penyiaran televisi, tetapi juga berhadapan langsung dengan media digital, *homeless media*, *Over-The-Top* (OTT), kreator independen, hingga *influencer*. Untuk menjawab tantangan tersebut serta meningkatkan *engagement* audiens, TVRI Jawa Timur melakukan adaptasi format konten, salah satunya melalui pengembangan program serial digital berkonsep *Point of View* (POV) seperti "Cintaku Bersemi di TVRI" di Instagram Reels.

### Profil Informan Penelitian

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam bersama tim internal pengelola media sosial TVRI Jawa Timur yang bertanggung jawab langsung atas strategi perencanaan, produksi, hingga evaluasi performa konten digital.

| Nama Responden            | Deskripsi                                                                                                                                                                       |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tim Media Baru TVRI Jatim | Informan kunci yang bertugas mengelola akun media sosial resmi TVRI Jawa Timur, merancang strategi konten digital, serta melakukan pemantauan metrik <i>engagement</i> audiens. |

Sumber: Data Metrik Internal Instagram TVRI Jawa Timur (2026)

## Perencanaan dan Strategi Adaptasi Konten POV

Berdasarkan hasil wawancara, TVRI Jawa Timur mengidentifikasi beberapa tantangan utama dalam mengelola media sosial, di antaranya persaingan ketat dalam meraih perhatian audiens (*attention span* yang pendek), pentingnya adaptasi format siaran TV ke media sosial, serta belum kuatnya karakter/identitas akun digital. Siaran televisi konvensional tidak dapat begitu saja diunggah tanpa penyesuaian format. Selama ini, pertumbuhan pengikut dan *engagement* TVRI Jawa Timur masih sering bergantung pada momen atau acara olahraga musiman (*event-driven*) seperti Piala Dunia, Asian Games, atau

kompetisi liga. Oleh karena itu, penerapan strategi konten berbasis POV melalui serial video pendek "Cintaku Bersemi di TVRI" dirancang sebagai terobosan konten mandiri. Format POV ini diproduksi dengan durasi pendek (1–1,5 menit), format vertikal 9:16, serta menggunakan figur/karakter yang konsisten guna membangun kedekatan emosional dan daya tarik yang rutin bagi audiens.

## Performa Makro Akun Instagram TVRI Jawa Timur

Secara keseluruhan, strategi digital dan pengayaan variasi konten yang diterapkan oleh TVRI Jawa Timur berhasil mencatatkan peningkatan performa akun yang signifikan.

Tabel 2. Gambaran Performa Keseluruhan Akun Instagram TVRI Jawa Timur 2026

| Indikator Performa     | Capaian Metrik | Kontribusi Non-Followers |
|------------------------|----------------|--------------------------|
| Views (Tayangan Video) | 25,3 Juta      | 97,4%                    |
| Reach (Jangkauan Akun) | 16,5 Juta      | 99,8% (Non-Followers)    |

|                                         |                    |             |
|-----------------------------------------|--------------------|-------------|
|                                         |                    | 16,47 Juta) |
| Interactions (Interaksi/Engagement)     | 1,8 Juta           | 99%         |
| Followers Growth (Pertumbuhan Pengikut) | 8.000 (Net Growth) | -           |

Sumber: Data Metrik Internal Instagram TVRI Jawa Timur (2026)

Data performa umum tersebut menunjukkan bahwa 99% interaksi dan jangkauan akun berasal dari *non-followers*. Hal ini mengindikasikan bahwa distribusi konten audio-visual di Instagram Reels sangat efektif menembus algoritma rekomendasi. Kehadiran konten-konten kreatif dan personal seperti format POV berperan penting dalam menarik minat pengguna baru yang belum mengikuti akun TVRI Jawa Timur.

## Evaluasi KPI dan Optimalisasi Strategi Komunikasi Digital

Untuk mengukur keberhasilan konten media sosial secara menyeluruh, TVRI Jawa Timur menetapkan lima aspek evaluasi *Key Performance Indicator* (KPI):

1. **Awareness:** Diukur dari *reach*, *impressions*, *views*, dan persentase audiens nonpengikut.
2. **Engagement:** Diukur melalui jumlah *likes*, komentar, *share*, dan *saves*.

3. **Retention:** Diukur dari *average watch time* dan *completion rate*.
4. **Community Growth:** Diukur dari pertumbuhan pengikut (*followers*) dan interaksi berulang (*returning viewers*).
5. **Public Value:** Menilai nilai guna informasi, akurasi, serta kontribusi terhadap pelayanan publik.

Meskipun demografi pengikut TVRI Jawa Timur saat ini didominasi oleh pria (sekitar 50–60%) yang menyukai konten olahraga, tim media sosial terus mengembangkan enam area prioritas: strategi berbasis data, penguatan karakter akun, adaptasi lintas platform, peningkatan interaksi dua arah, pengembangan format serial berfigur konsisten (seperti serial POV), serta evaluasi KPI yang ketat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi konten *Point of View* (POV) melalui program serial digital "Cintaku Bersemi di TVRI" merupakan bentuk adaptasi komunikasi digital yang krusial bagi LPP TVRI Jawa Timur dalam merespons perubahan pola konsumsi media Generasi Z dan Alpha. Strategi konten POV berfungsi sebagai inovasi

konten mandiri yang membantu memperkuat identitas digital akun, membangun kedekatan emosional dengan audiens, serta mengurangi ketergantungan pada program musiman (*event-driven*). Secara makro, pengelolaan konten yang dinamis di Instagram Reels terbukti mampu mendorong kinerja akun TVRI Jawa Timur hingga meraih 25,3 juta *views* dan 1,8 juta interaksi dengan dominasi jangkauan dari audiens nonpengikut (99%).

Untuk penelitian selanjutnya, direkomendasikan untuk melakukan penelitian kuantitatif eksperimental atau analisis spesifik terhadap metrik internal (*watch time* dan *share rate*) khusus pada unggahan episode serial POV, guna mengukur sejauh mana efektivitas konversi konten POV secara langsung terhadap pertumbuhan pengikut setia (*loyal followers*).

## Ucapan Terima Kasih:

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada tim pengelola media sosial dan manajemen LPP TVRI Jawa Timur atas keterbukaan, kerja sama, serta data dan informasi yang telah diberikan selama proses penelitian ini berlangsung.

## DAFTAR PUSTAKA

Ichwanuriszki, K., Sahputra, A. A.,  
Benedicta, F., & Citra, A. (2026).  
*STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL  
DALAM MENINGKATKAN  
ENGAGEMENT MELALUI KONTEN  
KREATIF DI MEDIA SOSIAL @  
Komuntag*. 12(3).

Intan, T., Faaroek, S. A., & Sari, Y.  
(2026). *Strategi Komunikasi  
Pemasaran Akun @ glad2glow  
dalam Menarik Minat Beli  
Pelanggan ( Studi Kasus Instagram  
@ glad2glow )*. 03(01), 308–315.

Jusnita, R. A. E. (2025). *Strategi  
Pengelolaan Instagram @  
indonesiabeachvolleyball Untuk  
Meningkatkan Engagement Timnas  
Voli Pantai Indonesia*. 12(2), 521–  
528.

Ransfeld Irvin, A. S. (2025).  
*Penggunaan Constructivist Learning  
Theory dalam Pembuatan Konten  
Humor di Instagram PPSDM ANRI  
sebagai Media Pembelajaran  
Kearsipan*. 5(2), 46–55.

Septrian, A. A., & Nirmala, A. (2025).  
*ANALISIS ISI KONTEN SOSIAL MEDIA  
DALAM MENINGKATKAN  
ENGAGEMENT PADA AKUN  
INSTAGRAM*

@mercurymediagroup.id. 05(04), 1–  
13.