



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 10346-10353

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Pengelolaan Konten Media Baru melalui Instagram TVRI Jawa Barat dalam Penyebaran Informasi Publik

Syifa Yumna Abiyyu, Alfa Taufan Latif, Fikry Fachrurizal

Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University, Indonesia

yumnasyifa@apps.ipb.ac.id, taufan.alfa@apps.ipb.ac.id, fikryfach@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Perkembangan media digital mendorong lembaga penyiaran publik untuk beradaptasi dalam proses penyebaran informasi kepada masyarakat melalui berbagai platform di media sosial. Instagram menjadi salah satu platform yang dimanfaatkan karena memiliki karakteristik visual, interaktif, serta mampu menjangkau audiens secara luas dan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan Konten Media Baru (KMB) melalui Instagram TVRI Jawa Barat dalam penyebaran informasi publik. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan studi pustaka selama kegiatan magang di Divisi Konten Media Baru TVRI Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan konten dilakukan melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Proses tersebut diterapkan dalam pengelolaan berbagai jenis konten seperti karusel informasi, video liputan, informasi program, serta konten visual lainnya yang disesuaikan dengan karakteristik Instagram dan kebutuhan audiens digital. Selain itu, pemanfaatan Instagram mendukung proses penyebaran informasi publik secara lebih cepat, mudah diakses, serta mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas tanpa terbatas ruang dan waktu. Penggunaan fitur interaktif Instagram juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara TVRI Jawa Barat dan audiens melalui komentar maupun direct message. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi informasi, tetapi juga sebagai media komunikasi digital dalam mendukung penyebaran informasi publik

Kata kunci: Pengelolaan Konten, Instagram, Media Sosial, Informasi Publik, Komunikasi Digital.

1. Latar Belakang

Perkembangan pesat internet saat ini semakin relevan di kalangan masyarakat seiring dengan dukungan perangkat teknologi informasi yang semakin inovatif serta akses yang semakin terjangkau (Purwoko & Nataly, 2023). Kemudahan akses tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan infrastruktur digital, tetapi juga oleh meningkatnya literasi digital masyarakat yang mendorong penggunaan internet semakin meluas dalam berbagai aktivitas sehari-hari, mulai dari komunikasi, pendidikan, hingga pencarian informasi. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2023 mencapai 215 juta dari total populasi sekitar 275 juta jiwa (Bisnis.com). Data tersebut memperlihatkan bahwa internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat dan memberikan pengaruh signifikan dalam berbagai sektor, khususnya bidang industri media yang menuntut kecepatan, akurasi, serta kemudahan dalam suatu penyebaran informasi kepada publik. Kondisi ini yang memberikan ruang perusahaan media untuk beradaptasi dari media konvensional menjadi jurnalisme digital melalui pemanfaatan internet dan media sosial, yang tidak hanya mempercepat distribusi informasi tetapi juga mengubah pola konsumsi informasi masyarakat menjadi lebih instan, interaktif, dan berbasis platform digital.

Perkembangan digitalisasi turut mempercepat lahirnya berbagai platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berinteraksi, serta berbagi informasi secara virtual (Hakim et al., 2023). Selain sebagai sarana komunikasi, media sosial juga digunakan untuk memperoleh akses informasi (Zuniananta, 2021). Tingginya penggunaan media sosial terlihat dari data Januari 2020 yang menunjukkan 160 juta pengguna di Indonesia dengan rata-rata penggunaan 3 jam 26 menit per hari (Kemp, 2020). Secara global, jumlah pengguna aktif media sosial pada tahun 2024 mencapai 5,04 miliar pengguna (We Are Social, 2024). Beberapa jenis platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat antara lain ada Instagram, Facebook, Twitter (X), TikTok, dan YouTube, dimana Instagram menjadi salah satu platform dengan tingkat penggunaan yang tinggi, khususnya di kalangan Generasi Z (Hakim et al., 2024; Sikumbang et al., 2024).

Strategi Pengelolaan Konten Media Baru melalui Instagram TVRI Jawa Barat dalam Penyebaran Informasi Publik

Instagram merupakan platform media sosial yang berfokus pada sebuah konten visual berupa foto dan video serta didukung berbagai fitur lainnya seperti reels, feeds, dan Instagram story yang menjadikan aktivitas penyampaian informasi dilakukan secara lebih cepat, mudah dan menarik. Karakteristik tersebut membentuk Instagram bersifat interaktif dan partisipatif karena pengguna dapat menjadi produsen sekaligus konsumen informasi (Syahrizal, 2022; Noventa et al., 2023). Di era digital, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media komunikasi publik dalam penyebaran informasi. Informasi sendiri merupakan kebutuhan utama masyarakat, sebagaimana disampaikan bahwa *information is the lifeblood that sustains political, social, and business decisions* (Wuryanta, 2023). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat perlu membuka diri terhadap perkembangan media baru dan perubahan komunikasi global.

Perkembangan teknologi digital berperan dalam mempengaruhi strategi komunikasi berbagai organisasi, termasuk lembaga penyiaran publik. Strategi komunikasi digital dipersepsikan sebagai proses pemanfaatan teknologi informasi melalui tahapan perencanaan dan implementasi komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu secara online (Nofiasari et al., 2023). Perkembangan lingkungan teknologi dan penggunaan internet yang semakin luas juga menciptakan lingkungan komunikasi digital yang beragam dengan jutaan pengguna aktif di berbagai platform media sosial (Andzani & Irwansyah, 2023). Perubahan tersebut mempengaruhi metode, alat, dan platform yang digunakan dalam berinteraksi. Platform seperti Facebook, Twitter (X), Instagram, dan LinkedIn telah mengubah sistem komunikasi masyarakat dalam berhubungan secara personal maupun profesional (Lipschultz, 2020).

Pada pelaksanaannya, pengelolaan media sosial tidak hanya berkaitan dengan aktivitas publikasi informasi, tetapi juga mencakup proses pengelolaan konten yang bersifat terstruktur dan berkelanjutan. Media sosial sebagai sarana komunikasi digital menuntut adanya perencanaan yang matang agar setiap konten yang diproduksi memiliki tujuan yang jelas, relevan dengan kebutuhan audiens, serta mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan informasi yang cepat berubah. George R. Terry (2016) menjelaskan bahwa fungsi manajemen terdiri atas perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Setiap tahapan tersebut saling berkaitan dan memiliki peran yang penting dalam memastikan bahwa pengelolaan konten berjalan secara sistematis, terarah, dan konsisten. Selain itu, Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan terwujudnya serta pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna (*user-generated content*), sehingga tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang melibatkan pengelola dan audiens secara aktif. Sejalan dengan hal tersebut, pengelolaan konten media sosial perlu dilakukan secara strategis agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, sesuai dengan karakteristik platform digital, serta mampu menjangkau audiens secara lebih luas dan interaktif.

Sebagai lembaga penyiaran publik, TVRI Jawa Barat turut serta melakukan adaptasi digital dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana penyebaran informasi publik dalam menjawab perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat. Informasi publik sendiri merupakan informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dan/atau diterima oleh badan publik yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa setiap badan publik memiliki kewajiban untuk menyediakan informasi yang akurat, cepat, tepat, serta mudah diakses oleh masyarakat tanpa adanya hambatan yang berarti. Hal ini menegaskan bahwa media memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada publik sebagai bentuk tanggung jawab sosial, transparansi, serta upaya memenuhi hak masyarakat dalam memperoleh suatu informasi (Nurudin, 2017).

Melalui akun Instagram resmi @tvrijabar, TVRI Jawa Barat membagikan berbagai informasi seperti berita daerah, program acara, liputan berita, kegiatan lembaga, hingga informasi publik lainnya dalam bentuk konten visual yang dikemas secara ringkas, menarik, dan sesuai dengan karakteristik platform media sosial. Pengelolaan akun tersebut dilakukan oleh Divisi Konten Media Baru (KMB) yang bertanggung jawab dalam proses perencanaan, produksi, hingga publikasi konten media sosial. Dalam pelaksanaannya, pengelolaan konten tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi semata, tetapi juga mencakup strategi komunikasi digital yang mempertimbangkan aspek ketepatan pesan, daya tarik visual, serta kesesuaian dengan perilaku audiens media sosial yang cenderung cepat dalam mengonsumsi informasi. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pengelolaan Konten Media Baru (KMB) melalui Instagram TVRI Jawa Barat dalam penyebaran informasi publik, proses produksi konten, serta pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran informasi publik.

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Magang

Lokasi pengambilan data penelitian dilakukan secara offline di kantor TVRI Jawa Barat, yang berlokasi di Jl. Cibaduyut Raya No. 269, Cibaduyut, Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40236, Indonesia. Pelaksanaan magang atau pengambilan data ini dilaksanakan mulai pada tanggal 26 Januari 2026 sampai 10 Mei 2026.

2.2 Data & Instrumen

a. Data Primer

Menurut Sulung dan Muspawi (2024), data primer dihasilkan langsung oleh peneliti melalui metode seperti survei atau eksperimen. Data ini diperoleh secara langsung dari interaksi dan peran sebagai peserta divisi Konten Media Baru (KMB) pada bagian platform Instagram TVRI Jawa Barat.

b. Data Sekunder

Menurut Sulung dan Muspawi (2024), data sekunder didapatkan melalui sumber yang sudah ada seperti laporan atau artikel. Data ini diperoleh dan dikumpulkan melalui wawancara, artikel, jurnal, dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan magang ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus pembahasan mengenai strategi pengelolaan konten media baru melalui Instagram TVRI Jawa Barat. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan laporan proposal magang ini, sebagai berikut:

a. Partisipasi Aktif

Partisipasi aktif merupakan keterlibatan secara langsung dalam suatu kegiatan di lapangan. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan ikut terlibat dalam aktivitas yang berlangsung, sehingga penulis dapat memahami proses dan dinamika kerja secara nyata. Selama pelaksanaan magang, penulis ikut serta membantu dalam proses produksi serta mendokumentasikan kegiatan yang sedang berlangsung. Keterlibatan tersebut memberikan gambaran langsung mengenai praktik pengelolaan konten dari tahap perencanaan hingga publikasi.

b. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung selama pelaksanaan kegiatan magang di Divisi Konten Media Baru TVRI Jawa Barat. Penulis mengamati proses kerja tim dalam pengelolaan konten Instagram, mulai dari perencanaan konten, proses produksi, penyuntingan, hingga publikasi. Observasi ini bersifat partisipatif karena penulis terlibat langsung dalam kegiatan pengelolaan konten, seperti pembuatan desain feed, pengeditan video berita, serta penyusunan informasi untuk Instagram Story.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai strategi pengelolaan digital yang diterapkan oleh Divisi Konten Media Baru TVRI Jawa Barat. Teknik ini memungkinkan penulis memahami alur kerja tim KMB, mulai dari perencanaan, produksi, hingga publikasi konten di Instagram @tvrijabar. Selain itu, wawancara juga digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan konten, penyesuaian dengan tren media sosial, serta tantangan yang dihadapi dalam proses pengelolaan konten digital.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, serta artikel yang berkaitan dengan strategi komunikasi, pengelolaan konten, media sosial, dan informasi publik. Studi pustaka

digunakan sebagai landasan teoretis dalam menganalisis praktik pengelolaan konten yang dilakukan oleh TVRI Jawa Barat.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Strategi Pengelolaan Konten Media Baru (KMB) Melalui Instagram TVRI Jawa Barat

Strategi pengelolaan konten media yang diaplikasikan salah satunya melalui platform Instagram TVRI Jawa Barat yang dijalankan oleh Divisi Konten Media Baru (KMB) sebagai bentuk upaya untuk memperluas jangkauan informasi kepada para masyarakat melalui pemanfaatan media digital. Penggunaan Instagram menjadi salah satu bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi serta perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang saat ini cenderung beralih ke platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi media utama dalam penyebaran informasi publik yang lebih cepat dan fleksibel. Melalui akun Instagram @tvrijabar, berbagai informasi seperti berita lokal, program acara, kegiatan lembaga, hingga konten event dipublikasikan dalam berbagai format seperti foto, video, reels, dan infografis. Variasi format tersebut digunakan untuk menyesuaikan karakteristik audiens media sosial yang lebih responsif terhadap konten visual dan ringkas. Dengan adanya platform ini, proses penyampaian informasi menjadi lebih efektif karena masyarakat dapat mengakses informasi secara langsung dan mudah tanpa dibatasi oleh jadwal siaran televisi.

Dalam pelaksanaannya, pengelolaan konten tidak hanya terbatas pada proses publikasi, tetapi juga mencakup serangkaian tahapan yang terencana mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan. Setiap tahapan tersebut memiliki peran penting dalam memastikan bahwa konten yang diproduksi sesuai dengan tujuan komunikasi, karakteristik platform, serta kebutuhan informasi publik. Proses ini juga melibatkan koordinasi antaranggota tim Konten Media Baru (KMB) agar setiap konten dapat diproduksi secara konsisten dan terstruktur. Selain itu, tahapan pengawasan dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas konten yang telah dipublikasikan, termasuk melihat respons audiens serta tingkat keterlibatan pada setiap unggahan. Hal ini penting untuk menjadi dasar dalam perbaikan strategi konten ke depannya agar penyampaian informasi dapat berjalan lebih optimal. Secara keseluruhan, proses pengelolaan konten ini selaras dengan prinsip manajemen yang diuraikan oleh George R. Terry, sehingga pengelolaan konten dapat dilakukan secara lebih sistematis, terarah, dan efektif dalam mendukung penyebaran informasi kepada masyarakat.

3.1.1 Perencanaan (*Planning*)

Tahap perencanaan merupakan langkah awal dalam strategi pengelolaan konten Instagram TVRI Jawa Barat. Perencanaan konten yang dilakukan oleh tim Konten Media Baru (KMB) menunjukkan pola pengelolaan yang terstruktur namun tetap fleksibel mengikuti pergerakan informasi digital. Perencanaan dilakukan secara bulanan untuk produksi konten berskala besar seperti liputan event, media partner, maupun program khusus yang dikoordinasikan oleh Ibu Ari selaku Kepala Tim Konten Media Baru (KMB). Sementara itu, perencanaan harian dilakukan oleh anggota tim yang bertanggung jawab khusus pada platform Instagram untuk menentukan konten berita dan konten karosel yang akan dipublikasikan setiap harinya, agar penyebaran informasi dapat berjalan secara konsisten.

Penentuan topik konten disesuaikan dengan berita terbaru dari situasi di lapangan, serta isu yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang responsif terhadap perkembangan informasi digital yang bergerak cepat sekaligus mengikuti perhatian publik. Dalam prosesnya, tim juga melakukan pemantauan terhadap setiap sumber informasi yang tersedia untuk memastikan konten yang dipublikasikan tetap aktual, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan para audiens.

Selain itu, dalam perencanaan konten terdapat target publikasi harian berupa minimal satu konten karosel dan satu konten berita setiap hari sebagai upaya menjaga konsistensi distribusi informasi kepada masyarakat. Target tersebut menjadi acuan kerja tim dalam menjaga keteraturan produksi konten di media sosial. Fleksibilitas dalam perencanaan juga menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan produksi konten di media sosial (Saputra et al., 2025), sehingga pengelolaan konten tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi publik, tetapi juga pada kemampuan penyesuaian konten dengan dinamika isu dan kebutuhan audiens.

3.1.2 Pengorganisasian (*Organizing*)

Tahap pengorganisasian dalam pengelolaan konten Instagram TVRI Jawa Barat dilakukan melalui pembagian tugas dan koordinasi kerja antaranggota tim Konten Media Baru (KMB). Pengelolaan akun Instagram ini ditangani oleh dua orang *person in charge* (PIC) yang memiliki tanggung jawab dalam mengatur publikasi harian, memantau interaksi audiens, serta mengoordinasikan kebutuhan konten pada platform Instagram. Selain itu, PIC juga berperan dalam memastikan setiap konten yang dipublikasikan telah melalui proses pengecekan sesuai dengan standar dan kebutuhan informasi yang akan disampaikan kepada publik.

Pembagian jadwal publikasi dilakukan secara bergantian berdasarkan tanggal ganjil dan genap agar aktivitas pengelolaan konten dapat berjalan secara konsisten setiap harinya. Sistem ini juga bertujuan untuk menjaga kesinambungan dalam proses unggahan konten serta meminimalisir keterlambatan publikasi. Dalam praktiknya, kedua PIC tetap saling berkoordinasi dan terlibat dalam berbagai jenis konten, seperti informasi seputar Jawa Barat, program acara, video berita, hingga konten event atau media partner.

Selain itu, pengorganisasian dalam tim KMB juga mencakup komunikasi internal yang dilakukan secara rutin untuk membahas rencana konten, penyesuaian jadwal, serta evaluasi terhadap konten yang telah dipublikasikan. Pembagian kerja tersebut menunjukkan bahwa pengorganisasian dalam tim KMB dilakukan secara kolaboratif untuk menjaga efektivitas produksi konten dan mendukung penyebaran informasi publik melalui Instagram TVRI Jawa Barat.

3.1.3 Pelaksanaan (*Actuating*)

Tahap pelaksanaan merupakan proses penerapan dari perencanaan dan pengorganisasian yang telah dilakukan sebelumnya. Pada tahap ini, tim Konten Media Baru (KMB) mulai memproduksi konten Instagram berdasarkan topik yang telah ditentukan. Materi informasi diperoleh dari kontributor lapangan, artikel atau media online terpercaya, serta hasil pemantauan isu yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial. Sebelum dipublikasikan, materi tersebut terlebih dahulu melalui proses kurasi untuk memastikan relevansi dan kelayakan informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Proses tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan konten Instagram TVRI Jawa Barat tidak hanya berfokus pada kecepatan publikasi, tetapi juga pada upaya menjaga kualitas informasi publik di media sosial.

Pada tahap produksi, materi informasi kemudian diolah menjadi konten visual berupa feeds karosel, infografis, maupun video reels yang disesuaikan dengan karakteristik Instagram. Informasi yang diperoleh tidak dipublikasikan secara mentah, tetapi disaring kembali dan disesuaikan dengan gaya penyampaian khas TVRI Jawa Barat agar lebih mudah dipahami oleh audiens di media sosial, khususnya Generasi Z yang mendominasi pengikut akun Instagram TVRI Jawa Barat.

Pemanfaatan konten infografis menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan daya tarik dan pemahaman audiens terhadap informasi karena mampu menyederhanakan informasi yang luas melalui perpaduan visual dan teks (Alviandi et al., 2025). Selain itu, Nielsen Norman Group (2021) menyebutkan bahwa visualisasi yang baik dapat meningkatkan keterlibatan audiens dalam memahami konten informasi. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pelaksanaan pengelolaan konten tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada efektivitas komunikasi digital kepada audiens media sosial.

3.1.4 Pengawasan (*Controlling*)

Tahap pengawasan (*controlling*) merupakan proses pengecekan dan evaluasi terhadap konten yang akan dipublikasikan melalui Instagram TVRI Jawa Barat. Pengawasan dilakukan karena TVRI Jawa Barat merupakan lembaga penyiaran publik sehingga setiap informasi yang disampaikan harus memperhatikan etika dan standar editorial. Dalam prosesnya, tim melakukan pengecekan terhadap isi berita, penggunaan bahasa, sumber informasi, serta tampilan visual sebelum informasi dipublikasikan. Konten yang dianggap sensitif biasanya akan didiskusikan terlebih dahulu kepada atasan atau penanggung jawab tim guna meminimalkan potensi kesalahan maupun penyampaian informasi yang bersifat provokatif.

Berdasarkan hasil wawancara, proses pengawasan yang dilakukan sejauh ini dinilai cukup efektif karena belum pernah terjadi kesalahan publikasi yang mengharuskan konten diturunkan akibat penyampaian informasi yang

tidak sesuai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengawasan dalam pengelolaan konten tidak hanya berfungsi sebagai proses evaluasi, tetapi juga sebagai cara upaya menjaga akurasi informasi dan kredibilitas TVRI Jawa Barat sebagai lembaga penyiaran publik di media sosial.

3.2 Pemanfaatan Instagram sebagai Sarana Penyebaran Informasi Publik oleh TVRI Jawa Barat

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara komunikasi dan penyebaran informasi di berbagai bidang, termasuk lembaga penyiaran publik (Saputra et al., 2025). Perubahan ini tidak hanya memengaruhi kecepatan distribusi informasi, tetapi juga cara masyarakat dalam mengakses dan merespons informasi yang diterima. Dalam kondisi tersebut, media sosial menjadi salah satu sarana utama yang digunakan untuk menjawab kebutuhan informasi yang semakin dinamis dan serba cepat. Dalam konteks tersebut, Instagram dimanfaatkan oleh TVRI Jawa Barat sebagai salah satu media penyebaran informasi publik yang dapat menjangkau masyarakat secara lebih cepat dan luas.

Melalui akun Instagram @tvrijabar, berbagai informasi seperti berita daerah, program acara, kegiatan lembaga, hingga konten event dipublikasikan dalam bentuk foto, video, reels, dan infografis. Pemanfaatan Instagram dilakukan sebagai bentuk adaptasi TVRI Jawa Barat terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi yang kini cenderung mengandalkan media sosial dibandingkan media konvensional. Selain itu, penggunaan berbagai format konten juga bertujuan untuk menyesuaikan karakteristik audiens yang lebih responsif terhadap konten visual dan ringkas.

Menurut Nasrullah (2017), media sosial memungkinkan proses distribusi informasi berlangsung secara lebih cepat sekaligus mendorong interaksi antara pengelola media dan audiens. Karakteristik tersebut tercermin dalam pemanfaatan Instagram oleh TVRI Jawa Barat yang tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi satu arah, tetapi juga membuka ruang interaksi melalui komentar, pesan langsung, serta fitur engagement lainnya. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi digital yang mendukung penyebaran informasi publik secara lebih efektif, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat.

3.2.1 Aksesibilitas Informasi

Aksesibilitas menjadi salah satu keunggulan utama Instagram sebagai media penyebaran informasi publik. Nasrullah (2017) menyatakan bahwa media sosial memungkinkan informasi diakses dengan mudah melalui perangkat digital yang terhubung dengan internet tanpa dibatasi ruang dan waktu. Hal tersebut terlihat pada praktik pengelolaan akun Instagram TVRI Jawa Barat yang menyajikan informasi dalam berbagai format visual, seperti infografis, karosel, video reels berita, dan Instagram story. Tim Konten Media Baru (KMB) juga memiliki target publikasi minimal satu konten karosel dan satu konten berita setiap hari agar informasi dapat tersampaikan secara konsisten kepada masyarakat.

Selain memperhatikan frekuensi publikasi, penyajian informasi disesuaikan dengan karakteristik pengguna Instagram melalui penggunaan visual yang lebih menarik dan bahasa yang lebih ringan, khususnya bagi audiens Generasi Z yang mendominasi pengikut akun. Penggunaan infografis menjadi salah satu strategi untuk menyederhanakan informasi sehingga lebih mudah dipahami. Temuan ini sejalan dengan Alviandi et al. (2025) yang menyatakan bahwa infografis mampu meningkatkan daya tarik sekaligus mempermudah pemahaman informasi yang disampaikan kepada audiens.

3.2.2 Kecepatan penyebaran informasi

Kecepatan penyebaran informasi menjadi salah satu karakteristik utama media sosial dibandingkan dengan media konvensional. Menurut Nasrullah (2017), media sosial memungkinkan distribusi informasi dilakukan secara real time tanpa melalui tahapan distribusi yang panjang. Hal ini membuat proses komunikasi menjadi lebih efisien karena informasi dapat langsung diterima oleh audiens dalam waktu singkat setelah diproduksi. Dalam konteks komunikasi digital, kecepatan ini juga berperan penting dalam menjaga relevansi informasi terhadap situasi yang sedang terjadi di masyarakat.

Dalam praktiknya, tim KMB TVRI Jawa Barat berupaya mempublikasikan konten sesegera mungkin setelah proses editing dan pengecekan selesai dilakukan. Proses ini dilakukan dengan tetap memperhatikan akurasi informasi agar tidak mengurangi kualitas pesan yang disampaikan kepada publik. Berdasarkan hasil wawancara,

publikasi berita umumnya dilakukan sebelum program Jawa Barat Hari Ini tayang pada pukul 15.00 sehingga informasi yang disampaikan tetap aktual dan relevan dengan kondisi yang sedang berlangsung. Strategi waktu publikasi ini menunjukkan adanya upaya penyesuaian antara proses produksi konten digital dengan alur penyiaran televisi sebagai media utama.

Kecepatan tersebut tidak hanya didukung oleh proses produksi yang efisien, tetapi juga oleh pemanfaatan Instagram sebagai platform digital yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi tanpa harus menunggu jadwal siaran televisi. Selain itu, fleksibilitas Instagram dalam menyebarkan konten dalam berbagai format seperti foto, video, dan reels turut mendukung percepatan distribusi informasi. Dengan demikian, Instagram berfungsi sebagai media yang tidak hanya melengkapi siaran televisi, tetapi juga memperluas akses masyarakat terhadap informasi yang cepat, praktis, dan mudah dijangkau kapan saja.

3.2.2 Interaksi dan Jangkauan Audiens

Pemanfaatan Instagram oleh TVRI Jawa Barat tidak hanya berorientasi pada publikasi informasi, tetapi juga pada upaya membangun interaksi dengan audiens. Dalam praktiknya, tim KMB memanfaatkan visual infografis, video singkat, penggunaan bahasa yang lebih ringan, serta *hook* pada bagian awal konten maupun *caption* untuk menarik perhatian pengguna sejak awal. Selain itu, penyesuaian format konten juga dilakukan agar informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami dalam waktu singkat, mengingat karakteristik pengguna media sosial yang cenderung cepat dalam mengonsumsi informasi.

Selain itu, penggunaan fitur seperti tagar, *collaboration post*, komentar, dan *direct message* dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan informasi sekaligus membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat. Fitur-fitur tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi konten, tetapi juga sebagai media untuk menerima respon, masukan, serta interaksi langsung dari audiens. Hal ini menunjukkan adanya upaya untuk menciptakan hubungan yang lebih aktif antara pengelola akun dengan pengguna media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara, beberapa jenis konten seperti informasi olahraga dan event memperoleh *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan konten lainnya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa efektivitas penyebaran informasi tidak hanya dipengaruhi oleh frekuensi publikasi, tetapi juga oleh strategi penyajian konten yang disesuaikan dengan karakteristik audiens media sosial. Dengan demikian, Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media publikasi tambahan, melainkan sebagai sarana komunikasi digital yang mendukung penyebaran informasi publik secara lebih interaktif, cepat, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengelolaan konten Instagram TVRI Jawa Barat dilakukan melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang saling berkaitan dalam mendukung penyebaran informasi publik secara terstruktur dan berkelanjutan. Seluruh tahapan tersebut membentuk suatu sistem kerja yang memastikan setiap konten yang diproduksi memiliki tujuan yang jelas, relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat, serta sesuai dengan karakteristik media sosial yang bersifat cepat, visual, dan interaktif. Dalam praktiknya, pengelolaan konten tidak hanya berfokus pada publikasi informasi, tetapi juga pada proses penyesuaian bentuk penyajian pesan agar lebih mudah dipahami oleh audiens digital, seperti melalui penggunaan visual infografis, video singkat, serta bahasa yang lebih sederhana dan komunikatif. Selain itu, proses produksi konten juga memperhatikan konsistensi publikasi serta relevansi isu yang berkembang, sehingga informasi yang disampaikan tetap aktual dan sesuai dengan dinamika kebutuhan masyarakat. Lebih lanjut, Instagram dimanfaatkan tidak hanya sebagai media penyebaran informasi satu arah, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi antara lembaga dan masyarakat melalui fitur komentar, pesan langsung, serta bentuk *engagement* lainnya, sehingga menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi digital lembaga penyiaran publik dalam mempercepat distribusi informasi, memperluas jangkauan audiens, serta meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat di era digital.

Referensi

1. Andzani D, Irwansyah. 2023. Dinamika komunikasi digital: Tren, tantangan, dan prospek masa depan. *Syntax Admiration* 4(11).
2. Alviandi, A. R., Bachtiar, W., & Latif, A. T. 2025. Strategi pemanfaatan infografis dalam publikasi berita di Media Indonesia. *All Fields of Science J-LAS*, 5(3), 71–79.

3. Audi, Q., Spania, N., Lakeisha, D. A. A., & Wulandari, A. 2022. Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dan interaksi digital. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 154–166.
4. Dani ZM, Sukendro GG. 2023. Strategi komunikasi digital media sosial sebagai media promosi dan new branding (studi kasus media sosial Om Moes). *Jurnal Kiwari* 2(1):123–134.
5. Fitriani Y. 2017. Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma: Jurnal Komputer dan Informatika* 19(2):148–152.
6. Hakim HI, Maura G, Polin I, Irwansyah. 2024. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi bagi kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
7. Hakim HI, Ohorella NR, Prihantoro E. 2023. Strategi komunikasi pemasaran Angkringan Khulo melalui media sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Humaniora dan Kewirausahaan* 3(2):55–64.
8. Kaplan AM, Haenlein M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons* 53(1):59–68.
9. Kemp S. 2020. Digital 2020: Indonesia. DataReportal. Tersedia pada: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
10. Lestari M. 2020. Strategi komunikasi: Teori dan langkah-langkahnya. Tambahpinter. Tersedia pada: <https://tambahpinter.com/strategi-komunikasi/>
11. Nababan S. 2021. Strategi pelayanan informasi untuk meningkatkan keterbukaan informasi publik.
12. Nasrullah, R. 2017. Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
13. Nielsen Norman Group. (2021). Why Users Engage More with Visual Content.
14. Nofiasari W, Rusdin FR, Yusanto Y, Putri IGAAA, Rahmat FN, Yulianto A, Prasetyo NR, Ramadhani MM, Ramonita L, Pratiwi CP. 2023. Strategi komunikasi digital. Bandung: Penerbit Widina.
15. Noventa C, Soraya I, Muntazah A. 2023. Pemanfaatan media sosial Instagram BuddyKu sebagai sarana informasi terkini. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)* 3(3):626–635.
16. Purwoko GS, Nataly F. 2023. Analisis strategi pengelolaan media sosial dalam menyebarkan konten berita di Instagram Mata Milenial Indonesia TV tahun 2023. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Strategi Penyiaran* 7(2):85–98.
17. Saputra, W. J., Sartika, I., & Fachrurizal, F. (2025). Pengelolaan akun Instagram @dishubkotabogor dalam sosialisasi peraturan lalu lintas. *All Fields of Science J-LAS*, 5(3), 106–115.
18. Sikumbang K, Ramadhina W, Yani ER, Arika D, Hayati N, Hasibuan NA, Permana BG. 2024. Peranan media sosial Instagram terhadap interaksi sosial dan etika pada generasi Z. *Journal on Education* 6(2):11029–11037.
19. Soufitri F. 2021. *Konsep sistem informasi*. Jakarta: PT Inovasi Pratama Internasional.
20. Sulung U, Muspawi M. 2024. Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Jurnal Edu Research* 5(3):110–118.
21. We Are Social, Hootsuite. 2020. Indonesian Digital Report 2020. Tersedia pada: <https://andilink/hootsuite-we-aresocial-Indonesian-digital-report2020/>
22. Wuryanta AEW. 2023. Digitalisasi masyarakat: Menilik kekuatan dan kelemahan dinamika era informasi digital dan masyarakat informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 12(1):23–34.
23. Zuniananta LE. 2021. Penggunaan media sosial sebagai media komunikasi informasi di perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 10(4):37–42.