

## STRATEGI KOMUNIKASI PT. MEDIA ONLINE BENGKULU DALAM PROSES PENYAJIAN INFORMASI MELALUI AKUN INSTAGRAM @BENGKULUEKSPRESSDOTCOM

Dhea Nurfadillah Munggaran<sup>1</sup>, Yuliani Rachma Putri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom, Bandung

Dheanurfadillahm@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, yulianirachmaputri@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kebutuhan masyarakat Bengkulu akan informasi yang aktual, faktual yang berasal dari sumber terpercaya. Mengingat Provinsi Bengkulu merupakan provinsi dengan daerah yang terdiri dari 1 kota dan 9 kabupaten, beberapa dari kabupaten tersebut berada cukup jauh dari kota sehingga menyebabkan kejadian atau informasi penting yang terjadi di beberapa lokasi tidak terjangkau oleh media berita nasional sehingga tidak diketahui oleh masyarakat di daerah lain yang ada di Provinsi Bengkulu. Kemudian PT. Media Online Bengkulu hadir sebagai media online lokal pertama dengan memberikan informasi melalui website, maraknya penggunaan media sosial membuat PT. Media Online Bengkulu memutuskan untuk memaksimalkan penggunaan media sosial Instagram dalam menyajikan informasi tentang Provinsi Bengkulu melalui akun instagram @bengkuluekspresdotcom. Dibutuhkan strategi komunikasi agar dapat menyajikan informasi yang aktual dan faktual. Peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi deskriptif analitik dan paradigma post-Positivistik dan menggunakan tahapan strategi komunikasi dari Anwar arifin yang terdiri dari empat tahap yaitu 1) Mengenal Khalayak, terdapat dua strategi yaitu mengetahui khalayaknya dan menentukan target sasaran 2) Menentukan pesan, penulis menemukan jenis pesan yang disajikan di instagram @bengkuluekspresdotcom dan proses perusahaan dalam memperoleh informasi yang menerapkan dua strategi yaitu menentukan tim kerja dan menyusun jadwal kegiatan. 3) Menetapkan metode, Terdapat dua strategi yaitu menggunakan metode penyampaian pesan seperti informatif, *redundancy*, persuasif, edukatif, dan metode penyusunan pesan yang memiliki strategi penyusunan struktur pesan dan melakukan editing media 4) Seleksi dan penggunaan media, proses maksimalisasi penggunaan instagram sebagai media penyajian informasi dengan dua strategi yaitu memilih jadwal posting dan menentukan fitur yang digunakan.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, PT. Media Online Bengkulu, Penyajian Informasi, Instagram @bengkuluekspresdotcom

### Abstract

*This research is held motivated by Bengkulu people's need for actual, factual information and came from reliable sources. Considering that Bengkulu Province is a province with an area are consisting of 1 city and 9 regencies with some of regencies located quite far from the city, causing important events or information that occurred in several locations to be unreachable by the national news media so that they are not known by the public in other areas in Bengkulu Province. Then PT. Media Online Bengkulu was present as the first local online media by providing information through the website, the widespread use of social media makes PT. Bengkulu Online Media decided to maximize the use of social media, especially Instagram in presenting information about Bengkulu Province through the @bengkuluekspresdotcom Instagram account. Therefore, a communication strategy is needed in order to present actual and factual information. Researcher used a qualitative approach with a descriptive analytic study type and post-positivistic paradigm. This study uses the stages of communication strategy from Anwar Arifin which consists of four stages, namely: 1) Knowing the Audience, has two strategies, knowing the audience and determining the target audience. 2) Determining the message, in this section the author finds the types of messages presented on Instagram @ bengkuluekspresdotcom and the process of company in obtaining information applies two strategies, determining the work team and compiling a schedule of activities. 3) Determining the method, There are two strategies at this stage, using message delivery methods such as informative, redundancy, persuasive, educative, and the method of compiling messages that have a strategy by structuring messages and editing media 4) Selection and use of media, This is a process of maximizing the use of Instagram as a medium for presenting information which has two strategies, choosing a posting schedule and determining the Instagram features used.*

**Keywords:** *Communication Strategy, PT. Media Online Bengkulu, persenting information, Instagram @bengkuluekspressdotcom*

---

## 1. Pendahuluan

Seiring perkembangan jaman, teknologi pun turut berkembang dengan sangat pesat. Adanya teknologi memudahkan manusia dalam segala hal, salah satu penemuan teknologi yang memudahkan manusia adalah internet. Internet saat ini menjadi salah satu kebutuhan primer masyarakat, hal ini dapat dibuktikan dari jumlah pengguna internet di seluruh dunia yang tiap tahunnya meningkat. Internet yang memiliki kemampuan untuk membantu penggunaannya dalam melakukan interaksi tanpa adanya batasan ruang dan waktu menjadi salah satu alasan banyak orang untuk menggunakan internet dalam kegiatan sehari-hari.

Perkembangan Internet yang semakin besar eksistensi dan fungsinya dimasyarakat ini di dorong juga oleh kemunculan ponsel pintar, salah satunya mendapat informasi khususnya informasi digital. Saat ini kita dengan mudah memperoleh informasi berkat adanya konvergensi media dan digitalisasi. Sebelum adanya konvergensi media masyarakat mendapatkan informasi atau berita melalui media konvensional seperti koran, radio, majalah atau sekedar informasi dari mulut ke mulut, namun semenjak adanya konvergensi dan digitalisasi, media konvensional tersebut tergeser atau beralih menjadi media online, sehingga informasi dapat diakses kapan saja, dimana saja serta tanpa ada batasan wilayah.

Dari survei nasional pengguna Internet tahun 2018 yang telah dilakukan pada 9 Maret –14 April 2019 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) didapatkan data bahwa Bengkulu adalah provinsi dengan jumlah penetrasi penggunaan internet paling tinggi dibandingkan kota-kota lain di seluruh Indonesia dengan penetrasi internet mencapai 85 persen. dimana salah satu manfaat internet adalah untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Media online memiliki beberapa keunggulan yaitu Informasi yang disampaikan bersifat up to date (baru terjadi). media online dapat melakukan upgrade informasi dari waktu ke waktu. Hal ini disebabkan karena media online memiliki proses penyajian informasi dan berita yang lebih mudah dan sederhana dibanding jenis media massa lainnya. Informasi yang disampaikan bersifat real time merupakan salah satu keunggulan dari media online artinya media online dapat menyampaikan informasi dan berita saat peristiwa sedang atau baru saja berlangsung. Keunggulan lain dari media online adalah Informasi bersifat praktis maksudnya dengan media online audiens dapat mengakses informasi di mana saja dan kapan saja, asal terhubung dengan jaringan internet. Media online sebagai media informasi dapat menyampaikan informasi kepada audiens melalui portal berita online atau website serta melalui media sosial yang dikelolanya. Mengingat media sosial saat ini menjadi sangat populer sehingga media online tersebut juga digunakan sebagai media penyajian dan penyebaran informasi. Melalui Media sosial, masyarakat bisa lebih mudah mengakses informasi dan berita yang diinginkan. Hal ini merupakan salah satu alasan peralihan masyarakat dari media berita konvensional seperti media cetak ke media online yang dapat diakses melalui media sosial asal terhubung dengan internet.

Kebutuhan masyarakat akan informasi inilah yang menjadi alasan munculnya media online lokal di hampir setiap provinsi serta kabupaten di Indonesia. Seperti di Bengkulu, Bengkulu merupakan provinsi dengan daerah yang cukup luas yaitu 19.919 km dan terdiri dari 1 kota dan 9 kabupaten dengan beberapa dari kabupaten tersebut berada cukup jauh dari kota sehingga menyebabkan kejadian atau informasi penting yang terjadi di lokasi tersebut tidak terjangkau oleh media berita nasional dan walaupun kejadian tersebut diketahui biasanya informasi tersebut tidak segera diberitakan sehingga lebih lambat diketahui oleh masyarakat Bengkulu itu sendiri, padahal masyarakat tentunya membutuhkan informasi yang aktual. Setiap perusahaan media *online* pasti mempunyai strategi untuk mencapai tujuannya. Salah satu hal yang diperlukan oleh media *online* dalam menyampaikan informasi kepada audiens adalah kecepatan, mengingat cepatnya sebuah informasi tersebar melalui internet, maka agar sebuah media online tersebut dilirik oleh khalayak adalah dibutuhkannya kecepatan, namun berita atau informasi yang dimuat harus tetap aktual, faktual dan dapat dipertanggung jawabkan karena media online menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam kinerja mereka.

Terkait kondisi tersebut untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Bengkulu, PT. Media Online Bengkulu muncul sebagai media online pertama dan menjadi pelopor media online di Bengkulu dengan mengeluarkan situs web Bengkulu Ekspres.com yang dirintis sejak tahun 2012 kemudian mendirikan perusahaan pada tahun 2014 dengan nama dagang Bengkulu Ekspres.com . Pada awalnya Bengkulu Ekspres adalah perusahaan yang hanya menghasilkan surat kabar harian umum yang berdiri sejak 2 November 1998. Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin banyaknya pengguna internet, Bengkulu ekspres melebarkan sayap ke bidang Teknologi Informasi dan portal berita online yang. Hal ini disebabkan oleh masyarakat yang semakin modern yang memanfaatkan internet sebagai media informasi. Perusahaan ini juga menjadi media online pertama di Bengkulu yang

telah terverifikasi oleh Dewan Pers, dengan Nomor: 320/DP-Terverifikasi/KXII/2018.

Tidak dapat dipungkiri populernya internet merupakan salah satu alasan munculnya tren media sosial, Media sosial seakan memperkuat kedudukan internet sebagai *new media communication*, dimana jarak seakan tidak lagi terlihat, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu singkat. Oleh sebab itu, PT. Media Online Bengkulu selain menggunakan situs web sebagai media penyebaran informasi juga merambah hampir keseluruhan media sosial guna mempermudah dalam menjangkau audiens, karena audiens Bengkuluexpress.com bukan hanya berasal dari Bengkulu saja namun ada di seluruh Indonesia. Instagram saat ini menjadi media sosial yang populer karena pengguna dengan mudahnya mendapatkan dan menyebarkan informasi, dapat juga berbagi suatu karya seperti hasil fotografi dan lain sebagainya. Instagram dibuat dan dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka bangun sendiri yaitu Burbn.Inc. Akun Instagram @Bengkuluexpressdotcom cukup populer memiliki 13,2 ribu pengikut dengan jumlah unggahan 1735 foto dan video. Konten yang diunggah pada akun Instagram berupa foto dan video mulai dari informasi mengenai yang sedang terjadi di provinsi Bengkulu.. Banyaknya jumlah unggahan menunjukkan tingkat aktivitas sebuah akun media sosial. Selain itu pada akun Instagram @Bengkuluexpressdotcom juga mengaitkan akunnya dengan media sosial yang lain dengan memberikan tautan akses pada bio Instagram, yang dapat mempermudah audiens dalam memperoleh informasi lebih. Informasi yang disajikan pada media sosial Instagram @Bengkuluexpressdotcom yang dilakukan oleh PT. Media Online Bengkulu sebagai media informasi cukup menarik minat audiens mengingat banyaknya jumlah tayangan pada beberapa postingan pada akun tersebut. Sebagai media online yang telah terverifikasi, PT. Media Online Bengkulu pasti memiliki strategi yang digunakan agar informasi yang disajikan aktual, faktual, terpercaya dan dapat menarik minat audiens.

Dalam hal ini, upaya tersebut dapat dikatakan pula sebagai strategi komunikasi ialah kombinasi yang paling baik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal (Cangara, 2014:61). Anwar Arifin (1994:59-87) merumuskan strategi komunikasi ada empat langkah yang harus diperhatikan ketika menyusun sebuah strategi komunikasi yaitu, mengenal khalayak, menentukan pesan, menetapkan metode serta Seleksi dan Penggunaan Media.

Dari apa yang telah di paparkan diatas maka peneliti melakukan sebuah penelitian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui akun Instagram @bengkuluexpressdotcom. dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif analitik, pendekatan ini dipilih agar mendapatkan data yang dibutuhkan secara mendalam dengan tujuan agar dapat menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan PT. Media Online Bengkulu dalam melakukan penyajian informasi tentang Provinsi Bengkulu melalui akun Instagram @bengkuluexpressdotcom.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Komunikasi

Komunikasi (communication) berasal dari kata latin communication, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini berarti sama dalam makna (Uchjana, 2001:9). Didalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Deddy Mulyana (2005: 62) megutip pengertian komunikasi Menurut Everett M. Rogers, Komunikasi ialah suatu proses dimana ide tersebut dialihkan dari sebuah sumber kepada penerima, dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku mereka. Dengan adanya komunikasi akan terjadi suatu efek pada penerima pesan tersebut seperti menambah pengetahuan, perubahan sikap, perubahan keyakinan, dan perubahan perilaku.

### 2.2. Komunikasi Massa

Gerbner dikutip dari buku Komunikasi Massa karangan Ardianto (2004:3), Komunikasi massa ialah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Ardianto (2004:14) dalam bukunya mengutip Fungsi komunikasi massa menurut Dominick:

1. Fungsi surveillance (pengawasan), Media massa dapat disebut sebagai alat kontrol sosial
2. Fungsi interpretation (penafsiran), media massa sebagai salurannya memasok pesan atau data, fakta, dan informasi dengan tujuan memberi pengetahuan dan pendidikan bagi khalayak.
3. Fungsi linkage (keterkaitan), saluran media massa bisa digunakan sebagai alat pemersatu khalayak atau masyarakat yang notabene tidak sama antara satu dengan yang lain

4. Fungsi transmission of value (penyebaran nilai), menyebarkan nilai yaitu pada bagaimana individu atau khalayak dapat mengadopsi sebuah perilaku dan nilai kelompok lain.
5. Fungsi entertainment (hiburan), sebagai saluran komunikasi massa dapat mengangkat pesan-pesan yang sifatnya mampu menciptakan rasa senang bagi khalayak.

### 2.3. Strategi Komunikasi

Didalam buku Dimensi-Dimensi Komunikasi Onong Uchjana Effendy mengungkapkan bahwa Strategi komunikasi merupakan sebuah paduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Agar tercapainya tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dapat diartikan bahwa pendekatan (approach) dapat berubah bergantung dari situasi dan kondisi.

Penyusunan strategi komunikasi menurut Anwar Arifin (1994:59-87) yaitu:

- a. Mengenal Khalayak
- b. Menentukan Pesan
- c. Menetapkan Metode
- d. Seleksi dan Penggunaan Media

### 2.4. Media Online Sebagai Media Baru (New Media)

Media online merupakan salah satu bentuk dari *New Media* atau media baru, didalam bukunya yang berjudul Teori Komunikasi Massa Denis McQuail (2011:43) memaparkan ciri utama media baru adalah adanya saling keterkaitan, memiliki akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakteristik yang terbuka, serta sifatnya yang ada di mana-mana. Mc Quail (2011:45) juga menambahkan ciri-ciri lain dari media baru yaitu suatu media yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja atau tidak tergantung lokasi, menggunakan teknologi berbasis internet seperti komputer, bersifat pribadi dan memiliki fungsi publik, setiap penggunaannya merupakan komunikator, dan kontrol yang tidak ketat.

### 2.5. Instagram

Instagram“adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Atmoko, 2012:4)”. Instagram didirikan oleh dua orang, pendiri pertama adalah Kevin Systrom. Systrom sudah diketahui publik sebagai orang yang terkenal di dunia pengembangan Aplikasi

## 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi deskriptif analitik dengan paradigma post positivis.. Metode kualitatif sendiri berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat, dan/atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sukidin, 2002).

Karena menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi deskriptif analitik, maka dalam penelitian ini peneliti akan memberikan gambaran secara rinci serta menganalisis data yang digali serta dituangkan secara mendalam sesuai dengan realitas aslinya yang terdapat di lapangan yaitu mengenai komunikasi yang digunakan PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom sebagai media informasi tentang provinsi Bengkulu.

## 4. Hasil dan Pembahasan

Dalam memberikan informasi kepada khalayak atau audiens guna meminimalisir adanya kesalahan dalam proses penyajian informasi yang merupakan sebuah masalah komunikasi serta tercapainya tujuan yang telah ditentukan, maka sebuah media online juga membutuhkan perencanaan yang baik dalam proses penyajian informasi atau dibutuhkan suatu strategi komunikasi.

Tujuan PT. Media Online Bengkulu dalam menyajikan informasi kepada khalayak melalui instagram @bengkuluekspressdotcom adalah agar informasi tersebut dapat disampaikan dengan baik dan menarik perhatian audiens serta dapat menyajikan informasi yang aktual, sesuai fakta dilapangan dan informasi tersebut dapat dijangkau oleh seluruh audiensnya yaitu masyarakat Bengkulu. Selain itu sebagai media informasi berbasis media online yang

berbentuk sebuah perusahaan, informasi yang disajikan pada akun Instagram @bengkuluekspressdotcom harus netral dan tanpa ada unsur memihak serta terikat dengan kode etik jurnalistik, berbeda dengan akun media informasi yang dimiliki oleh persorangan dan berbasis citizen journalism atau jurnalisme warga yang cenderung bebas dalam menyampaikan informasi, maka dari itu dibutuhkan penyusunan strategi yang matang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, peneliti dapat memaparkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui akun instagram @Bengkuluekspressdotcom dengan landasan perumusan Strategi Komunikasi Anwar Arifin (1994:59-87).

### **Mengenal Khalayak**

Khalayak merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator (Cangara, 2008:26). Komunikator disini adalah PT. Media Online Bengkulu yang menyajikan informasinya melalui instagram, khalayak atau massa dari perusahaan ini adalah para pembaca atau penerima informasi yang disajikan oleh perusahaan tersebut, karena perusahaan ini merupakan perusahaan media massa online lokal Bengkulu maka khalayak dari PT. Media Online Bengkulu adalah seluruh warga Bengkulu baik yang tinggal di Bengkulu ataupun yang berada di luar Bengkulu. Tahapan ini dilakukan agar PT. Media Online Bengkulu dapat mengenal masyarakat Bengkulu yang merupakan audiensnya. Dalam mengenal khalayak perusahaan mencoba memiliki hubungan dengan audiensnya dengan cara melakukan live streaming melalui instagram serta selalu membuka pesan langsung sehingga perusahaan dapat mengetahui informasi apa yang dibutuhkan oleh khalayak, Kemudian menentukan target sasaran yang akan menerima informasi yang akan disampaikan.

### **Menentukan Pesan**

Pesan atau informasi yang disampaikan oleh PT. Media Online Bengkulu ditentukan berdasarkan kejadian atau fenomena yang terjadi di Provinsi Bengkulu yang diolah menjadi sebuah konten serta berita yang siap di konsumsi oleh publik. Wilbur Schramm (dalam marhaeni,2009:194) mengatakan salah satu syarat berhasilnya pesan adalah Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari sasaran dan menyarankan cara-cara mencapai kebutuhan itu. Setelah mengetahui kebutuhan khalayak dari proses mengenal khalayak maka selanjutnya adalah menentukan pesan yang ingin disampaikan. Pada tahapan ini PT. Media Online Bengkulu memperoleh informasi yang akan dibagikan, sehingga pada bagian ini penulis menemukan jenis pesan yang disajikan di instagram @bengkuluekspressdotcom dan proses PT. Media Online Bengkulu dalam memperoleh informasi melakukan dua strategi yaitu menentukan tim kerja dan menyusun jadwal kegiatan. PT. Media Online Bengkulu selalu berusaha memberikan semua jenis informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Maka dari itu jenis pesan atau informasi yang disajikan di instagram @bengkuluekspressdotcom sangat beragam mulai dari pesan yang tersirat berbentuk teks seperti Berita kriminal, politik, bencana alam, hiburan, rekomendasi, event , dan pemberitahuan.

Dalam memperoleh pesan dan informasi yang dilakukan adalah menentukan tim kerja, untuk melaksanakan suatu program komunikasi diperlukan personal yang handal dan memahami tugas-tugas komunikasi yang akan dilaksanakan (Cangara, 2014:172), oleh sebab itu untuk dapat menyajikan informasi yang layak PT. Media Online Bengkulu membagikan tugas dan menetapkan tim kerja sesuai dengan keahlian serta jabatan yang diemban oleh karyawan perusahaan. Untuk pembuatan konten berita dibutuhkan wartawan yang telah ditugaskan didaerah tugasnya.

Strategi selanjutnya yaitu PT. Media Online Bengkulu menyusun jadwal kegiatan yang dipakai sebagai acuan karyawan dalam melaksanakan tugas yang telah ditentukan. Perusahaan ini memperhatikan jam kerja karyawan dalam membuat jadwal kegiatan. Kegiatan wartawan dilakukan pada senin sampai sabtu pada jam kerja namun sebagai wartawan harus selalu sedia memperoleh berita kapan pun apabila terdapat hal yang mendesak. Karena jurnalis dituntut sigap dan cekatan dalam menyampaikan informasi dan menyajikan berita dengan diimbangi keberadaan media online sebagai penunjangnya. Tanpa menghilangkan pengertian jurnalistik yang sebenarnya. Jadwal kegiatan untuk tim produksi disesuaikan dengan jam kantor yaitu senin sampai sabtu mulai pukul 9 pagi hingga 5 sore untuk melakukan editing konten, berita, syuting konten video untuk youtube dan instagram.

Dalam pelaksanaan jadwal kegiatan tersebut pada proses perolehan informasi berupa berita, wartawan dituntut untuk menggali informasi sedalam mungkin agar nantinya dapat memudahkan proses penyusunan naskah berita. Jadwal yang telah ditetapkan kemudian dilaksanakan sehingga diperoleh pesan yang kemudian akan diolah hingga siap disajikan kepada khalayak melalui instagram @bengkuluekspressdotcom

### **Menetapkan Metode**

Pada tahapan ini PT. Media Online Bengkulu mengolah informasi yang mereka peroleh dari tahapan sebelumnya. Terdapat dua strategi yang dilakukan, pertama yaitu metode penyampaian pesan. PT. Media online Bengkulu dalam menyampaikan pesan menggunakan metode seperti informatif, *redundancy*, persuasif, dan edukatif. kedua terdapat metode penyusunan pesan yang memiliki dua strategi yaitu penyusunan struktur pesan dan melakukan editing media.

Penyusunan struktur pesan disesuaikan dengan jenis informasi yang ingin disampaikan, apapun jenis beritanya mau berita tersebut merupakan jenis straight news, depth news, interpretative news maupun feature, untuk postingan berita yang diunggah pada instagram @bengkuluekspressdotcom memiliki Pola penulisan struktur berita pada media online di media sosial secara teknis sama dengan penulisan berita untuk media di website, yakni mengacu pada rumus 5W+1H. Susunan tulisan atau struktur berita pun umumnya terdiri dari empat bagian utama pada bagian *caption* postingan yaitu Head, lead dan body serta ada yang memuat ekor berita, namun ada pula yang hanya memuat head dan lead berita tetapi tetap berisikan 5W+ 1H didalamnya (apa yang terjadi, kapan, kenapa, dan dimana kejadian tersebut terjadi, siapa orang dalam kejadian tersebut, serta bagaimana cara mengatasi hal tersebut) hal ini dilakukan agar audiens yang ada di instagram sehingga dapat mengunjungi *website* yang terdapat di bio instagram untuk dapat membaca berita lengkapnya. Biasanya penulisan berita mengacu pada struktur piramida terbalik (*invertedpyramid*), yaitu memulai penulisan berita dengan mengemukakan bagian berita yang dianggap paling penting, kemudian diikuti bagian-bagian yang dianggap agak penting, kurang penting, tidak penting, dan seterusnya. Susunan seperti ini menguntungkan pembaca dalam hal efisiensi waktu karena langsung mengetahui berita paling penting. Penyusunan pesan berbentuk video disusun dengan melakukan proses editing yang mempunyai struktur pembuka, isi serta penutup.

Strategi selanjutnya adalah melakukan proses editing media yang akan diunggah bersamaan dengan informasi yang ingin disajikan, media ini akan berisi sebagian dari informasi tersebut. Wilbur Schramm (dalam marhaeni,2009:194) mengatakan salah satu syarat berhasilnya pesan adalah Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju. Tahap *editing* ini dilakukan dengan tujuan agar konten atau berita yang berisi informasi tersebut lebih menarik perhatian audiens,. Pada saat melakukan *editing* foto editor PT. Media Online Bengkulu menggunakan *software editing* yaitu Photoshop, dengan ketentuan harus menambahkan logo perusahaan guna memberikan *copyright* terhadap konten yang dibuat. Selain harus memuat logo, ketentuan editing foto untuk informasi berupa berita yang ditetapkan oleh PT. Media Online Bengkulu adalah harus memuat foto kejadian atau setidaknya foto yang memiliki hubungan dengan isi berita, judul berita, sumber foto, serta kutipan berita yang biasanya merupakan bagian *headline* berita. Konten berbentuk video disunting dengan menggunakan *software* Adobe Premiere dan After Effect, elemen yang harus dimuat pada proses editing yaitu seperti nama narasumber dan host, takarir atau subtitle, logo Bengkulu ekspress.com, *background*, *soundeffect* serta beberapa elemen yang ditambahkan agar video lebih menarik untuk ditonton.

### **Seleksi dan Penggunaan Media**

Seleksi dan penggunaan media merupakan tahapan terakhir yang dilakukan PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui akun instagram @bengkuluekspressdotcom, pada tahapan ini dilakukan proses maksimalisasi penggunaan instagram sebagai media penyajian informasi yang memiliki dua strategi yaitu memilih jadwal unggah konten dan menentukan fitur instagram yang digunakan.

Strategi yang dilakukan oleh PT. Media Online Bengkulu adalah menetapkan *prime time* atau waktu emas dalam mengunggah konten, yaitu pada pagi hari yaitu pada pukul 9 hingga 10 pagi waktu Indonesia barat, lalu pada siang hari yaitu pada pukul 12 siang, dan pada sore hari yaitu pada pukul 3 hingga 4 sore waktu Indonesia barat.

Terdapat beberapa fitur yang digunakan dalam mengunggah berita atau konten guna menunjang proses penyajian informasi yang merupakan salah satu strategi dalam menyampaikan informasi melalui akun instagram @bengkuluekspressdotcom, admin sosial media akun instagram ini telah menggunakan hampir semua fitur yang disediakan oleh instagram. Tujuan menggunakan fitur yang ada adalah untuk meningkatkan minat khalayak serta *engagement* instagram. Beberapa fitur yang digunakan yaitu profil pengguna, beranda, *instastory*, *instagram TV*, *instagram Live*, *caption*, dan kolom komentar. Pada tahapan ini juga PT. Media Online Bengkulu menemukan feedback dari masyarakat dengan menggunakan fitur kolom komentar. Guna semakin memaksimalkan penggunaan instagram sebagai media penyajian informasi maka PT. Media Online Bengkulu juga menggunakan fitur instagram

bisnis agar dapat melihat insight postingan serta memaksimalkan bio instagram yaitu dengan menaruh kontak dan link sosial media lain sehingga audiens dapat lebih mudah mencari informasi yang diinginkan.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa PT. Media Online Bengkulu mempunyai sebuah strategi komunikasi khusus yang digunakan dalam menyajikan informasi melalui instagram @bengkuluekspressdotcom. Strategi komunikasi tersebut diharapkan mampu membantu PT. Media Online Bengkulu dalam mencapai tujuan yang mereka tetapkan, yaitu menghasilkan informasi yang aktual, faktual, dan tidak memihak pihak manapun serta informasi tersebut dapat dijangkau oleh seluruh audiensnya yaitu masyarakat Bengkulu.

Tahapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui instagram @bengkuluekspressdotcom sesuai dengan perumusan tahapan strategi komunikasi Anwar Arifin, dimana yaitu : 1) Mengetahui Khalayak merupakan tahapan pertama yang dilakukan, tahapan ini dilakukan agar PT. Media Online Bengkulu dapat mengetahui masyarakat Bengkulu, sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh audiensnya, tahapan ini terdapat dua strategi yaitu mengetahui khalayaknya dan menentukan target sasaran; 2) Tahapan selanjutnya yaitu menyusun pesan, pada tahapan ini PT. Media Online Bengkulu memperoleh informasi yang akan dibagikan, penulis menemukan jenis pesan yang disajikan di instagram @bengkuluekspressdotcom yang beragam serta proses PT. Media Online Bengkulu dalam memperoleh informasi yang mana menerapkan dua strategi yaitu menentukan tim kerja dan menyusun jadwal kegiatan agar proses penyajian ; 3) Menetapkan metode menjadi tahapan selanjutnya yang dilakukan, pada tahapan ini PT. Media Online Bengkulu mengolah informasi yang mereka peroleh dari tahapan sebelumnya. Terdapat dua strategi pada tahapan ini pertama yaitu menggunakan metode penyampaian pesan, dalam menyampaikan pesan menggunakan metode seperti informatif, redudancy, persuasif, dan edukatif. kedua terdapat memiliki strategi dalam metode penyusunan pesan yang terbagi menjadi dua proses yaitu penyusunan struktur pesan dan melakukan editing media; 4) Seleksi dan penggunaan media merupakan tahapan terakhir yang dilakukan PT. Media Online Bengkulu dalam proses penyajian informasi melalui akun instagram @bengkuluekspressdotcom, pada tahapan ini dilakukan proses maksimalisasi penggunaan instagram sebagai media penyajian informasi yang dilakukan dalam dua tahap yaitu pemilihan jadwal posting dan menentukan fitur instagram yang digunakan. Pada tahapan ini juga PT. Media Online Bengkulu menemukan feedback dari masyarakat dengan menggunakan fitur kolom komentar.

Setelah dilakukannya strategi komunikasi diatas, PT. Media Online Bengkulu dapat menyajikan informasi yang mereka miliki melalui instagram @bengkuluekspressdotcom sehingga informasi tersebut sampai kepada audiensnya. Dari penelitian yang dilakukan peneliti mengetahui tahapan strategi yang dilakukan oleh PT. Media Online Bengkulu, yang dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi dalam proses penyajian informasi melalui akun instagram @bengkuluekspressdotcom dapat membantu perusahaan dalam menyajikan informasi yang aktual, faktual tentang provinsi Bengkulu dan dari sumber yang dapat dipercaya serta tidak memihak pihak manapun

## Referensi

- [1] Anwar, Arifin, 1994, *Strategi Komunikasi*, Bandung: Armico
- [2] Cangara, H. Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- [3] Sukidin, B. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif, Perspektif Mikro*. Surabaya: Insane Cendikia
- [4] Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- [5] McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- [6] Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- [7] Asep Syamsul, M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. : Nuansa Cendikia