

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena 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 dengan 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 pada tahun 2012, melihat potensi lain yaitu maraknya penggunaan media sosial, sehingga PT. Media Online Bengkulu memutuskan untuk memaksimalkan penggunaan media sosial khususnya Instagram dalam menyajikan informasi tentang Provinsi Bengkulu melalui akun instagram @bengkuluekspressdotcom. Maka dari itu dibutuhkan strategi komunikasi agar dapat menyajikan informasi yang aktual dan faktual serta memaksimalkan penggunaan instagram sebagai media penyajian informasi dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi PT. Media Online dalam Proses Penyajian Informasi melalui Akun Instagram @Bengkuluekspressdotcom. Pada Penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi deskriptif analitik dan termasuk kedalam paradigma post-Positivistik. Penelitian ini menggunakan tahapan strategi komunikasi dari Anwar arifin yang terdiri dari empat tahap yaitu **1)** Mengenal Khalayak, tahapan ini terdapat dua strategi yaitu mengetahui khalayaknya dan menentukan target sasaran **2)** Menentukan pesan, pada bagian ini penulis menemukan jenis pesan yang disajikan di instagram @bengkuluekspressdotcom dan proses PT. Media Online Bengkulu dalam memperoleh informasi yang menerapkan dua strategi yaitu menentukan tim kerja dan menyusun jadwal kegiatan agar proses penyajian berlangsung dengan sistematis. **3)** Menetapkan metode, Terdapat dua strategi pada tahapan ini yaitu menggunakan metode penyampaian pesan seperti informatif, *redundancy*, persuasif, dan edukatif dan metode penyusunan pesan yang memiliki strategi dengan melakukan penyusunan struktur pesan dan melakukan editing media **4)** Seleksi dan penggunaan media, pada tahapan ini dilakukan proses maksimalisasi penggunaan instagram sebagai media penyajian informasi yang memiliki dua strategi yaitu memilih jadwal posting dan menentukan fitur instagram yang digunakan. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Media Online Bengkulu sudah berhasil dalam menyajikan informasi melalui akun instagram @bengkuluekspressdotcom.

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