

**PEMANFAATAN SURAT KABAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK
PEMERINTAH KOTA BUKITTINGGI (STUDI PADA DINAS KOMUNIKASI
DAN INFORMATIKA KOTA BUKITTINGGI)**

AFDAL RIZKY¹, ELVA RONANING ROEM², ERNITA ARIF³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas

¹afdal_rizky@yahoo.co.id, ²elvarona80@gmail.com, ³ernitaarif@soc.unand.ac.id

Abstract: *The existence of newspapers as the main medium of public communication media in the midst of the development of information technology, became the interest of researchers to conduct qualitative descriptive research on the use of newspapers as a medium of public communication carried out by the Department of Communication and Information at the Bukittinggi Government. Data collection was done by interview, observation and documentation. The use of newspapers is analyzed using the Media Richness Theory, and the implementation of public communication activities using the Organization Public Relations Models approach. The results of this study indicate that local newspapers have been used as the main media in the implementation of public communication by the Bukittinggi Government, through a mutually beneficial professional cooperation agreement between the two parties. Local newspapers that have collaborated are used as a medium for disseminating information and disseminating messages by Diskominfo to the public. As a medium that favors text as the main element of delivering information and the use of appropriate and easy words can increase readers, so newspapers are very suitable for disseminating routine government policies, programs and activities. Newspapers should be avoided for spreading conflict or tragedy information, because there will be a lot of emotional information that will be filtered out.*

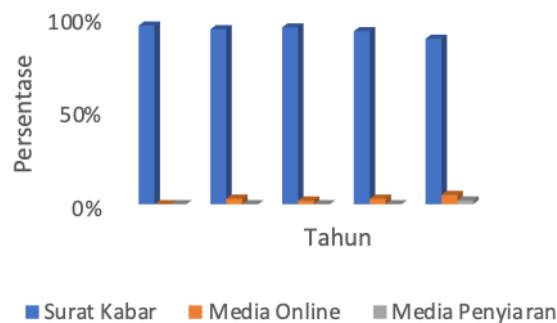
Keywords: *Public Communication, Newspaper, Media Richness Theory*

Abstrak: Keberadaan Surat kabar sebagai media utama media komunikasi publik di tengah perkembangan teknologi informasi, menjadi minat peneliti untuk melakukan penelitian deskriptif kualitatif tentang pemanfaatan surat kabar sebagai media komunikasi publik yang dilaksanakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika pada Pemerintah Kota Bukittinggi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Pemanfaatan surat kabar di analisis menggunakan teori *Media Richness Theory*, dan pelaksanaan kegiatan komunikasi publik dipahami dengan pendekatan *Organization Public Relationships Models*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa surat kabar lokal telah dimanfaatkan sebagai media utama dalam penyelenggaraan komunikasi publik Pemerintah Kota Bukittinggi, melalui perjanjian kerja sama yang profesional yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Surat kabar lokal yang telah menjalin kerja sama dimanfaatkan sebagai media penyebar informasi dan diseminasi pesan oleh Diskominfo kepada publik. Sebagai media yang mengunggulkan teks sebagai elemen utama penyampaian informasi dan penggunaan kata-kata yang tepat serta mudah dimengerti dapat meningkat fokus pembaca, sehingga surat kabar sangat cocok digunakan untuk penyebaran informasi kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah yang bersifat rutinitas. Surat kabar sebaiknya dihindari untuk penyebaran informasi konflik atau tragedi, karena akan banyak informasi emosional yang akan ter-*filter*.

Kata Kunci: *Komunikasi Publik, Surat Kabar, Media Richness Theory.*

A.Pendahuluan

Penyelenggaraan komunikasi publik dilaksanakan dalam rangka pemenuhan hak publik atas informasi. Komunikasi publik merupakan amanat Instruksi presiden Nomor 9 tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik. Salah satu instruksinya mengamanatkan untuk memilih media yang tepat sebagai saluran komunikasi publik pemerintah. Surat kabar adalah salah satu media yang digunakan sebagai saluran komunikasi publik. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, penggunaan surat kabar telah mendominasi sebagai salah satu komunikasi publik pada Pemerintah Kota Bukittinggi. Berdasarkan dokumen Daftar Penggunaan Anggaran (DPA), penggunaan surat kabar telah menyerap anggaran sebesar 92,4% dari total anggaran pelaksanaan kegiatan komunikasi publik selama lima tahun terakhir . Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar, berikut:



Gambar: Presentase Penggunaan Media Komunikasi Publik

Gambar diatas, memberikan pemahaman kepada peneliti bahwa lima tahun terakhir, hanya sebagian kecil informasi disebar melalui media *online* dan media penyiaran, namun seiring dengan perkembangan teknologi, pola baca masyarakat telah berubah. Masyarakat mulai meninggalkan media cetak dan beralih ke media digital. Media digital telah menjadi primadona baru untuk mendapatkan beragam informasi secara cepat. Olivia (2019:128) menuturkan peralihan media cetak menuju media digital telah berkembang menjadi media yang mampu menghadirkan informasi *realtime*, akibatnya surat kabar dianggap sebagai media yang tidak relevan lagi dalam menyampaikan informasi. Konvergensi media semakin tidak terelakkan, mengakibatkan tren penurunan oplah surat kabar secara global, mengakibatkan banyaknya surat kabar menghentikan peredarannya. Hingga pertengahan tahun 2021, media cetak surat kabar di Indonesia, terus mengalami penurunan. Pada bulan Januari surat kabar Tempo telah berhenti peredarannya, disusul dengan surat kabar Indo Pos dan Suara Pembaharuan. Penetrasi *Internet Of Thing* telah memaksa media cetak melakukan konvergensi ke platform digital (Nurterbit, 2021).

Fenomena tren penurunan oplah secara global juga berdampak pada surat-surat kabar lokal yang ada di Sumatera Barat. Hasil wawancara awal oleh peneliti pada dua jenis surat kabar yaitu Singgalang dan Padang Ekspres, peneliti menemukan bahwa, sebelum mengalami tren penurunan surat kabar Singgalang mencetak 25.000 oplah setiap harinya, namun saat ini hanya mencetak 9.000 oplah setiap harinya, dimana 10% didistribusikan di Bukittinggi. Sementara surat kabar Padang Ekspres, sebelum mengalami tren penurunan, mencetak 15.000 oplah setiap harinya, namun saat ini hanya mencetak 6.980 oplah setiap harinya, sebanyak 540 oplah didistribusikan di Bukittinggi. Jika peneliti bandingkan dengan jumlah penduduk Kota Bukittinggi sebanyak 121.028 jiwa, sedikit sekali penduduk yang berpotensi untuk membeli kedua surat kabar tersebut. Hal ini juga peneliti buktikan dengan observasi awal untuk melihat langsung peredaran oplah surat kabar di Bukittinggi, dan benar adanya peneliti sangat sulit menemukan penjual koran di Kota Bukittinggi.

Dinas Komunikasi dan Informatika yang selanjutnya akan disebut Diskominfo Bukittinggi sebagai organisasi yang bertanggung jawab untuk penyelenggaraan pengelolaan media komunikasi publik pada Pemerintah Daerah, sebaiknya harus melakukan evaluasi media yang akan di gunakan sebagai media komunikasi publik. Seharusnya media massa yang dipilih adalah media yang memiliki kemampuan yang diselaraskan dalam Instruksi Presiden Nomor 9

Tahun 2015, yaitu media yang cepat dan tepat serta memperhatikan dan mempertimbangkan preferensi target khalayak, kemudahan dalam akses informasi, serta memastikan informasi program-program pemerintah diterima baik oleh publik. Penggunaan surat kabar sebagai media komunikasi publik oleh Diskominfo Bukittinggi perlu dilakukan pengkajian ulang dan di analisis kembali. Surat kabar telah mengalami keterpurukan dan kemampuannya tidak lagi memenuhi kaidah-kaidah dasar sebagai saluran komunikasi publik yang dibutuhkan pada kondisi saat ini, sebagaimana dalam Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015, bahwa media yang tepat untuk digunakan dalam komunikasi publik adalah media yang mampu menyampaikan informasi secara cepat, tepat, obyektif, berkualitas baik, serta mampu mengurangi keraguan dan ambiguitas yang terjadi di tengah masyarakat.

Penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah, yang dilaksanakan sesuai dengan aturan yang berlaku, sangat berpengaruh kepada organisasi dalam mengelola media komunikasi publik pemerintah, termasuk dalam memilih media yang tepat sebagai saluran komunikasi publik. Sebaiknya media tersebut mempunyai ketersediaan akses bagi semua lapisan masyarakat, dimana semakin mudah diakses, berarti semakin baik media massa tersebut dijadikan sebagai saluran komunikasi publik. Maka, berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti ingin fokus untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan surat kabar oleh Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai media yang digunakan untuk komunikasi publik Pemerintah Kota Bukittinggi.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif akan membantu peneliti untuk mendeskripsikan serta menggambarkan atau melukiskan fenomena pelaksanaan dan penggunaan surat kabar sebagai media komunikasi publik oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bukittinggi. Dalam pendekatan deskriptif-kualitatif, peneliti akan melihat fenomena ini sebagai realitas sosial, namun dengan sudut pandang sendiri-sendiri dari informan, tergantung sedekat pengalaman dari informan berinteraksi dengan fenomena pelaksanaan komunikasi publik di Pemerintah Kota Bukittinggi, serta bagaimana pemanfaatan surat kabar sebagai saluran komunikasi publik. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dimana paradigma ini mempercayai individu melakukan pemahaman tentang dunia tempat tinggal dan bekerja. Data primer pada penelitian ini, diperoleh dari hasil wawancara peneliti kepada informan yang berhubungan langsung dengan topik penelitian tentang pelaksanaan dan penggunaan surat kabar sebagai media komunikasi publik. Sedangkan data sekunder adalah data pendukung dan bersifat melengkapi sehingga membantu peneliti jika data primer terbatas atau sulit diperoleh misalnya melalui observasi ke lapangan, buku-buku, peraturan dan kebijakan sehubungan dengan penyelenggaraan komunikasi publik, arsip, literatur, website atau melalui dokumen lainnya terkait dengan topik penelitian. Wawancara secara garis besar akan dibagi kedalam dua sub tema, yang pertama wawancara mendalam tentang bagaimana pelaksanaan komunikasi publik oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bukittinggi. Pertanyaan pada sub tema pertama akan mengantarkan peneliti kepada pemahaman sub tema yang kedua tentang bagaimana memilih media komunikasi publik dan bagaimana pemanfaatan surat kabar sebagai salah satu media komunikasi publik. Selama di lokasi penelitian, peneliti juga melakukan observasi, terhadap perilaku, sikap, tempat, komunikasi, dan kehangatan dalam melaksanakan pekerjaan. Sebagai pelengkap data penelitian peneliti juga mengumpulkan dokumen-dokumen sebagai data sekunder, untuk mendukung data penelitian. Sesekali peneliti juga diizinkan untuk mengikuti rapat dan diskusi sehubungan dengan kegiatan komunikasi publik.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Kelayakan Penggunaan Surat Kabar

Penyelenggaraan komunikasi publik pada Dinas Komunikasi dan Informatika tetap mempertahankan penggunaan surat kabar, karena surat kabar memiliki kekhasan yang tidak dimiliki oleh media lainnya, media tersebut masih layak untuk digunakan sampai saat ini. Kelayakan tersebut karena surat kabar masih dibaca oleh kalangan tertentu yaitu kelompok

dewasa dan sekelumit orang yang masih mampu membeli surat kabar tersebut. Walaupun hanya dibaca oleh kalangan tertentu umumnya kalangan dewasa, namun informasi yang dimuat dalam surat kabar, sering menjadi topik hangat bagi orang-orang yang suka “balapau”. “Balapau” adalah kegiatan orang-orang yang duduk di warung sambil minum dan saling bertukar informasi.

Berdasarkan hasil wawancara awal peneliti dengan Kepala Seksi Komunikasi Publik Diskominfo Bukittinggi Riri Alhadilla Sukma, menjelaskan bahwa dalam menjalin kerja sama dengan surat kabar lokal, Diskominfo Bukittinggi membuat perjanjian tertulis dengan pihak perusahaan surat kabar dengan dasar perjanjian kerja sama yang saling menguntungkan, dimana Diskominfo Bukittinggi akan berlangganan surat kabar yang diterbitkan dengan jumlah yang telah disepakati, dan media massa setuju untuk mempublikasikan berbagai kegiatan pembangunan, pemerintahan, kebijakan dan sosial kemasyarakatan yang ada di Kota Bukittinggi, dengan jumlah terbit dan ukuran halaman, sesuai dengan yang telah disepakati dalam perjanjian kerja sama antara kedua belah pihak. Kerja sama ini bukan berarti melakukan kebiri kemampuan dan intervensi terhadap kebijakan media untuk mengkritisi pemerintah, tapi masing-masing organisasi tetap harus mempertahankan profesionalitas. Penggunaan surat kabar diharapkan mampu mengurangi kuantitas pemberitaan yang bertendensi negatif tentang pemerintahan yang banyak beredar di media sosial sehingga menjadi isu yang menyudutkan pemerintah.

Setiap informasi harus dilakukan identifikasi setiap terbit, dan memastikan informasi yang dipublikasikan adalah informasi yang sesuai dengan realitas dan mampu menonjolkan citra pemerintah. Diskominfo juga harus memastikan informasi seperti foto, gambar, grafika, dan ilustrasi lainnya harus valid dan positif untuk Pemerintah Kota Bukittinggi. Riri Juga menuturkan, terkait dengan pemberitaan atau konten yang dimuat dalam surat kabar harus memegang prinsip 5 W 1 H, informatif, edukatif dan persuasif, sehingga informasi yang dimuat jelas dan dimengerti oleh publik. Surat kabar adalah kekuatan penggerak dalam masyarakat dengan karakteristik tertentu, yang dapat dijadikan oleh pemerintah dalam menghadapi isu-isu yang memiliki tendensi negatif terhadap pemberitaan pemerintah, kemudian kemampuan dalam membentuk agenda surat dapat mempengaruhi hasil-hasil perdebatan di tengah masyarakat (Stancey dalam Cutlip et al., 2016:291). Tabel berikut gambaran yang merinci karakteristik- karakteristik surat kabar secara ringkas:

Tabel 1 Karakteristik Media Cetak (Surat Kabar)

Jenis Media	Karakteristik
Surat Kabar/ Koran	-Konten teks dan ilustrasi foto -Waktu membaca koran rata-rata 31 menit -Waktu membaca majalah rata-rata 24 menit -Rentang usia mayoritas pembaca 20-49 tahun -Konten lebih berimbang dan komprehensif -Ada reporter dan editing cukup ideal -Cenderung melakukan <i>agenda setting</i> -Seleksi berita lebih ketat dan terukur -Penulisan bisa berbagai bentuk, seperti berita, <i>feature</i> , editorial, dan opini

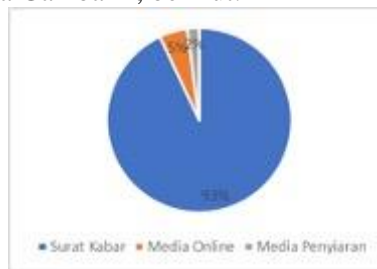
Sumber: Petunjuk Teknis Pengelolaan Konten dan Media Komunikasi Publik- Kominformo Tahun 2020

Kemampuan surat kabar dalam menyajikan konten yang berimbang dan komprehensif sangat dipengaruhi oleh sumber daya manusia, penggerak media tersebut. Surat kabar digerakkan oleh wartawan-wartawan senior yang telah melewati Uji Kompetensi Wartawan (UKW). Uji Kompetensi Wartawan dan kemapanaan akan sangat menentukan kualitas pemberitaan, surat kabar yang sangat selektif dan ketat dalam memuat berita. Uji Kompetensi Wartawan dan kemapanaan akan sangat menentukan kualitas pemberitaan, surat kabar yang sangat selektif dan ketat dalam memuat berita. Karakteristik-karakteristik surat kabar yang berimbang, komprehensif, selektif dan terukur mampu untuk mengurangi masalah komunikasi publik secara spesifik, seperti: a) Mengurangi tingginya kuantitas pemberitaan media massa yang bertendensi negatif terhadap program-program tertentu, misalnya program bantuan warga

yang tidak tepat sasaran karena ada kekeliruan data; b) Mengurangi berita yang bertendensi negatif, jika ada kecenderungan percakapan pada media sosial bertendensi negatif terkait pembangunan infrastruktur pada dalam program pemerintah; dan c) Mengurangi persepsi publik yang cenderung negatif terhadap sejumlah pelaksanaan program pemerintah.

2.Pemanfaatan Surat Kabar Lokal

Tahun 2021 Diskominfo menggunakan media cetak surat kabar sebagai media utama dalam menyelenggarakan kegiatan komunikasi publik. Surat kabar mendapatkan porsi terbesar sebagai media mitra kerja sama komunikasi publik di tahun 2021, sebesar 93% dari total anggaran media, diserap belanja kerja sama dengan 17 (tujuh belas) perusahaan surat kabar lokal yang digunakan sebagai media komunikasi publik. Media yang telah di ajak bekerja sama adalah media yang teridentifikasi dan telah berbadan hukum sesuai dengan UU Pers Nomor 40 tahun 2009 serta telah terverifikasi di dewan pers minimal verifikasi administrasi. Untuk lebih jelasnya, porsi penggunaan media komunikasi publik yang digunakan Pemerintah Kota Bukittinggi, dapat dilihat pada Gambar 1, berikut:



Gambar 1. Diagram Penggunaan Media Komunikasi Publik Tahun 2021

Sumber : Olahan Peneliti

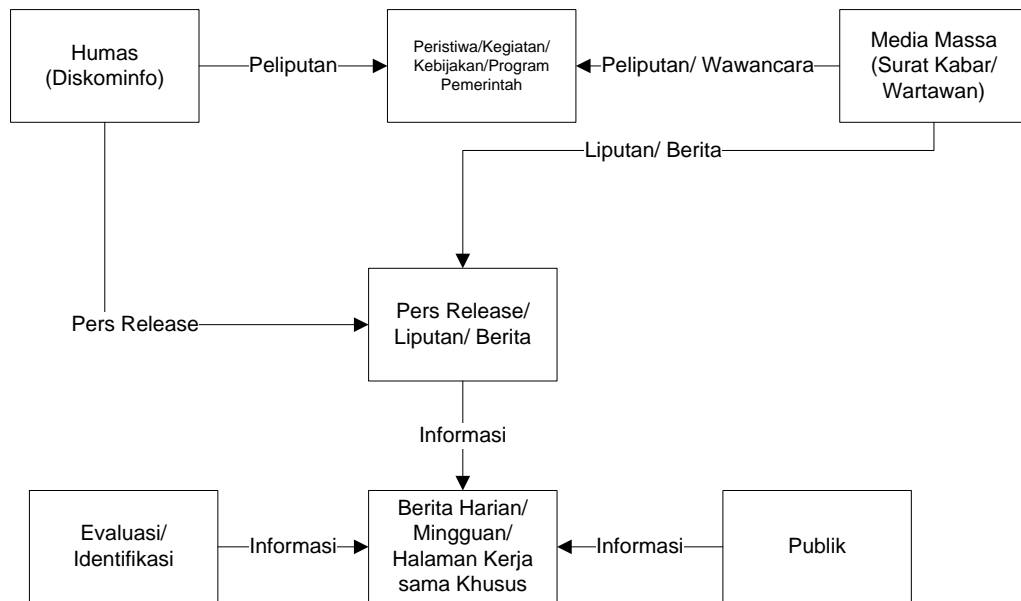
Gambar diatas memberi pemahaman bagi peneliti, bahwa media massa yang paling banyak dimanfaatkan yaitu surat kabar, kemudian diikuti media online dan media penyiaran. Surat kabar tersebut adalah surat kabar lokal yang terbit harian dan mingguan. Dalam menjalin kerja sama dengan surat kabar, Diskominfo membuat perjanjian tertulis dengan media untuk berlangganan surat kabar, dan media harus menerbitkan minimal 2 (dua) berita setiap kali terbit untuk mempublikasikan berbagai kegiatan pembangunan, pemerintahan, sosial kemasyarakatan, yang ada di Kota Bukittinggi, serta memberikan halaman khusus kerja sama dengan ukuran dan jumlah terbit yang telah disepakati.

Surat Kabar mitra kerja sama terdiri dari surat kabar lokal harian dan mingguan. Untuk kerja sama dengan surat kabar lokal harian dan mingguan dengan ketentuan sebagai berikut: 1) Menyediakan halaman khusus ukuran $\frac{1}{2}$ halaman berikut dengan pemberitaan terkait program dan kegiatan pemerintahan, pembangunan, dan kemasyarakatan di Kota Bukittinggi dengan penerbitan yang disepakati bersama; 2) Mendapatkan publikasi pemberitaan terkait kegiatan Pemerintah Kota Bukittinggi minimal 2 (dua) berita setiap harinya yang dimuat pada halaman-halaman yang disediakan oleh media surat kabar; 3) Mendapatkan publikasi 2 (dua) berita Pemko setiap kali terbit untuk surat kabar mingguan; dan 4) Mendapatkan koran versi digital (*e-paper*) dari penerbitan Surat Kabar tersebut baik itu harian maupun mingguan. Selama tahun 2021, surat kabar disebutkan diatas bertanggung jawab memenuhi kesepakatan kerja sama. Selama kerja sama berlangsung, evaluasi tetap dilakukan dengan melihat oplah surat kabar. Diskominfo dapat melakukan pemutusan kerja sama secara sepihak jika tidak memenuhi kewajiban yang disepakati dalam perjanjian kerja sama dan jika terjadi penurunan oplah secara signifikan.

3.Diseminasi Pesan Melalui Surat Kabar Lokal

Penyebaran informasi publik merupakan melaksanakan kegiatan Diseminasi Publik dalam rangka meningkatkan pemahaman media terhadap pemahaman publik terhadap informasi kebijakan, program dan kegiatan pembangunan di bidang infrastruktur, pelayanan, pendidikan maupun masalah ekonomi sosial. Surat kabar merupakan media yang menggunkan dalam penggunaan kata-kata atau verbal yang didukung dengan non verbal,

seperti gambar atau ilustrasi seperti grafik, yang harus menggambarkan realitas, dan mampu menonjolkan citra pemerintah. Secara lebih rinci, alur penyebaran informasi melalui surat kabar dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Alur Penyebaran Informasi Komunikasi Publik Melalui Surat Kabar

Sumber: Olahan Peneliti

Gambar diatas menjelaskan bagaimana informasi disebar melalui surat kabar lokal. Setiap ada peristiwa, ekspos, laporan, sehubungan dengan kegiatan, program pemerintah, Diskominfo dan wartawan media cetak, akan melakukan peliputan. Humas menyerahkan *pers release* pada masing media cetak atau surat kabar yang telah bekerja sama untuk dipublikasikan atau publisitas. Redaksi masing-masing media cetak akan mengemas informasi yang mereka dapatkan di lapangan dengan informasi release dari Humas Pemerintah dengan ciri khas masing-masing. Setiap surat kabar akan memuat berita minimal 2 (dua) berita setiap harinya, pada media mereka masing-masing, dan halaman khusus sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya. Diskominfo akan melakukan evaluasi, pemilahan dan pengawasan terhadap setiap informasi yang dimuat oleh surat kabar, begitupun dengan publik. Publik akan mempunyai perspektif tersendiri terhadap informasi yang dimuat dalam surat kabar.

Secara umum surat kabar dimanfaatkan untuk diseminasi pesan secara efektif karena jangkauan yang cukup luas dan menjangkau beragam khalayak di Bukittinggi, karena surat kabar masih dimanfaatkan di sekolah-sekolah, tempat-tempat pelayanan umum, kantor lurah dan perkantoran. Selain itu surat kabar dapat menyajikan pesan secara jelas dan menarik sehingga membangun kepedulian masyarakat terhadap isi pesan yang disampaikan, serta memberi edukasi kepada publik terkait kebijakan, program atau kegiatan pemerintah Kota Bukittinggi.

Secara garis besar informasi yang disebar melalui surat kabar dapat bersumber dari: 1) Data internal misalnya laporan tahunan realisasi anggaran, kegiatan dan dokumentasi kegiatan pemerintah, misalnya pencapaian realisasi penggunaan anggaran pemerintah; 2) Agenda program kerja terkhusus untuk kegiatan program prioritas pemerintah, misalnya kegiatan *special event*; 3) Siaran pers dan dokumentasi kegiatan terkini pemerintahan Kota Bukittinggi; 4) Data hasil penelitian berupa survei statistik dan survei lain yang relevan dengan kebijakan atau program-program kegiatan prioritas pemerintah; 5) Data hasil monitoring Diskominfo Bukittinggi terhadap pemberitaan pada media sosial yang bertendensi negatif bagi pemerintah terkait kebijakan, program atau kegiatan pemerintah; 6) Kajian-kajian literatur yang relevan jika ada kebijakan yang dipertentangkan sehubungan dengan pelaksanaan kebijakan, program

atau kegiatan pemerintah; dan 7) Data dari lembaga lainnya yang relevan dengan kegiatan pemerintah Kota Bukittinggi yang menarik perhatian publik.

4. Meningkatkan Pemahaman Melalui Surat Kabar

Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory*) menjelaskan bahwa setiap media memiliki kemampuan yang bervariasi dalam meningkatkan pemahaman penggunanya. Schmitz dan Fulk, (1991) menyatakan bahwa media yang kaya dinilai memiliki kemampuan menghadirkan kehadiran yang lebih besar daripada media yang kurang kaya. Studi lebih sehubungan kekayaan media, bahwa media yang mampu menghadirkan interaktivitas, meningkatkan seberapa baik pesan disampaikan kepada komunikan (Cable dan Yu, 2006 dalam Badger et al., 2014:866).

Seiring perkembangan zaman, dan berkembangnya teknologi informasi, surat kabar sudah mulai ditinggalkan, menurut teori kekayaan media, surat kabar digolongkan kedalam kelompok *personal static media*. Teks menjadi elemen penting dalam konten menggunakan surat kabar. Konten teks dalam surat kabar setidaknya memenuhi 3 (tiga) fungsi : yaitu (1) Informatif yaitu dapat memberikan informasi kepada pembaca secara jelas atau menyampaikan informasi yang dibutuhkan publik; (2) Edukatif yaitu memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang kebijakan, program dan (3) Persuasif yaitu menyampaikan penegasan yang bersifat ajakan untuk mendukung dan mendorong keterlibatan publik terkait kebijakan, program dan kegiatan pemerintah.

Sedangkan media online, karena kemampuan dalam berinteraksi dikelompokkan sebagai media yang kaya (*interactive media*) karena mampu menyampaikan banyak isyarat dalam waktu yang bersamaan. Media yang kaya dikelompokkan kedalam *physical presence*, banyak isyarat yang dapat dihasilkan karena face to face. Untuk melihat pemanfaatan serta kelayakan surat kabar sebagai media komunikasi publik, dengan menggunakan pendekatan Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory*) digunakan sebagai media komunikasi publik, peneliti mendapatkan, keunggulan dan kelemahan dari surat kabar saat ini, adalah:

Penundaan Informasi dan Lambat dalam Umpan Balik. Kesegeraan atau *immediacy* disebut sebagai *speed of feedback* yang merupakan kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan mendapatkan respons secara cepat. Hal ini sangat berpengaruh dalam proses komunikasi karena apabila terdapat penundaan menyampaikan pesan maka akibatnya pesan tersebut bisa sudah tidak relevan lagi. Pada proses komunikasi apabila terdapat penundaan menyampaikan pesan maka akibatnya pesan tersebut bisa sudah tidak relevan lagi. Hasil penelitian peneliti, surat kabar memang selalu mengalami penundaan dalam penyampaian informasi. Berita yang diliput akan dimuat pada surat kabar di hari berikutnya.

Media yang Statis. Keragaman isyarat diartikan sebagai kemampuan menyampaikan pesan dengan pendekatan verbal dan *non-verbal* seperti ekspresi dan gerakan dalam waktu yang bersamaan. Kapasitas surat kabar tidak mendukung dalam menyalurkan banyak isyarat dalam waktu bersamaan. Sebagai media statis hanya mampu mengilustrasikan secara verbal dan foto atau gambar. Jika penggunaan kata-katanya tepat dibubuhi dengan gambar pendukung yang komunikatif, surat kabar sangat efektif dalam mentransmisikan informasi yang tidak ambigu dan argumen yang rasional.

Meningkatkan Pemahaman dan Fokus. Salah satu indikator dalam menilai tingkat kekayaan sebuah media dilihat dari variasi bahasa. Variasi bahasa merupakan penggunaan kata yang menunjukkan kemampuan dalam memahami sesuatu. Salah satu yang menjadi keunggulan media cetak, adalah penggunaan kata-kata. Umumnya wartawan media cetak adalah wartawan yang sudah terverifikasi UKW (Uji Kompetensi Wartawan), outputnya menghasilkan tulisan-tulisan yang sangat mudah di pahami dan informatif. Meskipun surat kabar dikategorikan sebagai media yang “ramping”, sedikit memuat isyarat hanya kata-kata dan gambar, namun jika menggunakan kata-kata yang tepat, sehingga tulisan dalam surat akan mempengaruhi gambaran publik tentang suatu realitas (Lengel & Daft, 1988:229).

Media yang Tidak Emosional. Sesuai dari kriteria penyebaran informasi, indikator yang terakhir adalah sumber personal dimana pengguna atau komunikan menyampaikan informasi kepada pengguna terakhir. Selain itu sumber personal atau *personal source* juga

diartikan sebagai kemampuan media untuk mengantarkan perasaan personal dan emosi dari komunikasi. Untuk indikator terakhir, media cetak tidak mempunyai kapasitas dalam penyampaian emosional komunikasi, karena hal ini juga sangat dipengaruhi oleh persepsi dari pembacanya. Jalaludin rahmat (Rakhmat, 2011:51) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, faktor internal seperti sikap, kepribadian individu dan faktor eksternal seperti latar belakang pendidikan, informasi yang diperoleh dan pengetahuan. Media “ramping” atau “miskin” seperti surat kabar tidak cocok dalam menyampaikan informasi yang emosional tentang pengalaman atau peristiwa, tatap muka menjadi media yang lebih “kaya” cocok untuk kondisi tersebut, seperti jumpa pers, pariwisata atau media *face to face*. Jika media yang lebih “ramping” digunakan untuk komunikasi yang mengharapkan respons emosional, maka akan banyak isyarat emosional yang akan disaring, akibatnya banyak hal-hal penting dalam sebuah peristiwa disembunyikan. Pendekatan dengan *Media Richness Theory* untuk menilai kelayakan surat kabar sebagai media komunikasi publik. Ditinjau dari pendekatan kekayaan media surat kabar adalah penting dipertahankan karena beberapa keunggulannya yang dimilikinya dan karakteristik media tersebut yang berbeda dengan yang lainnya. Karakteristik media mempunyai porsi masing-masing untuk menyampaikan informasi dalam situasi tertentu. Surat kabar disebut sebagai media “miskin”, yang memiliki keterbatasan dalam menyampaikan banyak isyarat, lambat dalam umpan balik, tetapi dapat meningkatkan fokus pribadi pembacanya.

Surat kabar adalah media yang sangat mengutamakan teks dalam penyampaian pesan. Teks menjadi elemen yang penting dalam komunikasi publik. Melihat keunggulan yang dimiliki surat kabar, pendekatan yang perlu dibangun dalam penyajian konteks teks yang dimuat dalam surat kabar, sebaiknya dibangun dengan publikasi yang informatif, dimana teks yang dimuat dalam surat dapat memberikan informasi, yang dibutuhkan pembaca terkait kebijakan, program dan kegiatan Pemerintah Kota Bukittinggi. Selain informatif, teks yang dimuat dalam surat kabar juga harus edukatif, dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman serta edukatif yang bersifat penegasan untuk mengajak, mendukung, dan mendorong keterlibatan publik terkait dengan kebijakan, program, dan kegiatan tentang Pemerintah Kota Bukittinggi.

D. Penutup

Surat kabar sebagai media utama komunikasi publik, dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan diseminasi pesan serta mengurangi kuantitas berita dan persepsi publik yang cenderung negatif tentang pemerintah Kota Bukittinggi. Diskominfo melakukan kerja sama dengan 17 (tujuh belas) surat kabar lokal, dengan kerja sama tertulis yang menguntungkan kedua belah pihak. Surat kabar berkewajiban mempublikasikan informasi terkait kebijakan, kegiatan dan program-program pemerintah Kota Bukittinggi pada halaman kerja sama dan halaman khusus, sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui kedua belah pihak. Pemanfaatan Surat kabar juga dalam rangka meningkatkan pemahaman publik akan informasi tentang pemerintahan. Media ini dikelompokkan sebagai media yang “ramping” sangat cocok digunakan untuk menyebarkan informasi tentang kebijakan-kebijakan, kegiatan dan pelaksanaan program-program pemerintah yang sifatnya rutinitas, karena mampu meningkatkan fokus diri pembaca dan mempengaruhi gambaran publik tentang suatu realitas, namun tidak cocok untuk menyampaikan informasi tentang suatu peristiwa, tragedi dan konflik. Media ini justru akan banyak menyaring isyarat emosional dan banyak peristiwa penting yang akan disembunyikan.

Daftar Pustaka

- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations* (N. S. Nurbaya (ed.); 2nd ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Arni, M. (2019). Komunikasi organisasi. In *Bumi Aksara* (16th ed.). Bumi Aksara.
- Badger, J. M., Kaminsky, S. E., & Behrend, T. S. (2014). Media richness and information acquisition in internet recruitment. *Journal of Managerial Psychology*, 29(7), 866–883. <https://doi.org/10.1108/JMP-05-2012-0155/FULL/XML>

- Baran, S. J. (2012). Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya. In *Erlangga*. PT. Gelora Aksara Pratama (Mc Graw Hill).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *SAGE Publications* (5th ed.).
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). Effective Public Relations. In *Kencana* (Vol. 9, Issue 5).
- Daryanto, & Rahardjo, M. (2016). Teori Komunikasi. In *Gava Media*.
- Dennis, A. R., & Kinney, S. T. (1998). Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality. *Https://Doi.Org/10.1287/Isre.9.3.256*, 9(3), 256–274. <https://doi.org/10.1287/ISRE.9.3.256>
- Desiere, S. E., & Sha, B. L. (2007). Exploring the development of an organizational approach to media relationships. *Public Relations Review*, 33(1), 96–98. <https://doi.org/10.1016/J.PUBREV.2006.11.019>
- Effendy, O. U. (2009). Human Relations & Public Relations. In *Mandar Maju* (IX).
- Gie, T., & others. (1998). Ensiklopedia Administrasi. In *Gunung Agung*.
kbbi.kemdikbud.go.id. (2021). Hasil Pencarian - *KBBI Daring*.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/analisis>
- Kriyantono, R. (2017). Teori - Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal. In *Jakarta: Prenada Media* (2nd ed., Vol. 2). Kencana Pramedia Media Group.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>
- Ledingham, J. A. (2009). Explicating Relationship Management as a General Theory of Public Relations. *Http://Dx.Doi.Org/10.1207/S1532754XJPRR1502_4*, 21(1), 181–198. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1502_4
- Lengel, R. H., & Daft, R. L. (1988). The Selection of Communication Media as an Executive Skill. *Https://Doi.Org/10.5465/Ame.1988.4277259*, 2(3), 225–232. <https://doi.org/10.5465/AME.1988.4277259>
- Madekhan. (2018). Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 7(2), 62–69. <https://fisipol.uma.ac.id/metode-penelitian/>
- McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015). Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on the research. *Perfusion (United Kingdom)*, 30(7), 537–542. <https://doi.org/10.1177/0267659114559116>
- Moleong, L. J. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). In *PT. Remaja Rosda Karya*.
- Mudjiyanto, B. (2018). Metode Penelitian Evaluasi Komunikasi. *Promedia*, 4(1), 76–102.
- Nurterbit. (2021). *Ironis, 3 Media Cetak Berhenti Terbit Justru Jelang HPN 2021*. www.viva.co.id. https://www.viva.co.id/vstory/opini-vstory/1344769-ironis-3-media-cetak-berhenti-terbit-justru-jelang-hpn-2021?page=all&utm_medium=all-page
- Pangaribuan, O. C. (Olivia), & Irwansyah, I. (Irwansyah). (2019). Media Cetak Indonesia di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2), 119–130. <https://doi.org/10.25008/JPI.V1I2.11>
- Permana, R. S. M., & Abdullah, A. (2020). Surat Kabar dan Perkembangan Teknologi: Sebuah Tinjauan Komunikatif. *Jurnal Ilmu Politik*, 10(1). <https://doi.org/10.34010/JIPSI.V0I1.3086>
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Ramadani, T. (2019). Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance*, 15(1). <https://stialan.ac.id/jurnal/index.php/gg/article/view/42>
- Silalahi, U. (2004). Komunikasi Pemerintahan : Mengirim dan Menerima Informasi Tugas dan Informasi Publik. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(1). <https://journal.unpar.ac.id/index.php/JAP/article/view/652>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *CV. Alfabeta* (19th ed.).
- transformasi.org. (2019). *Pentingnya Mengkomunikasikan Kebijakan Publik yang “Kekinian.”*

<https://www.transformasi.org/id/galeri-media/artikel/2511-pentingnya-mengkomunikasikan-kebijakan-publik-yang-kekinian>
Yunna Rhee. (2004). *Organization Chain In Relationship Management: A Case Study Of A Government Organization*. Institute For Public Relations.
<https://instituteforpr.org/employee-public-organization-relationships-and-relationship-management/>