

POTENSI MEDIA CETAK LEMBAGA KOMUNITAS SEBAGAI PENYEBARLUASAN INFORMASI PUBLIK

Oleh : Drs. Guntoro, Msi

Abstrack

Institute community expand in society in line with existence of liberty of the press to execute social activity at its community well as executing media, one of them media print. Media print community institute can be used for the spreading of public information. For that done by research to some community institute publishing media print. Result of research show, media print community institute there which is have potency as dissemination of public information, because its many, its for like newspaper, regilar rising and its management professional.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebebasan memperoleh informasi publik merupakan hak azasi manusia dan salah satu elemen penting dalam sebuah Negara demokrasi untuk mewujudkan good governance yang harus dilaksanakan dengan memperhatikan latar belakang politik, ekonomi, sosial dan budaya dan pertahanan keamanan Negara tersebut. Oleh karena itu maka pelaksanaan penyebaran informasi publik dapat dilaksanakan oleh lembaga-lembaga yang ada dimasyarakat termasuk lembaga Media Komunitas.

Di Indonesia di era reformasi sebenarnya sudah mempunyai landasan yuridis bagi dilaksanakannya kebebasan memperoleh informasi publik, yaitu Pasal 28F Perubahan Kedua UUD 1945 dan beberapa UU yang menjamin hak masyarakat untuk memperoleh informasi publik.

Informasi Publik adalah informasi yang menyangkut penyelenggaraan Negara dan atau aktivitas pelayanan publik. Informasi publik (yang dibutuhkan oleh masyarakat) umumnya mencakup tiga kategori;

1. Informasi yang terkait dengan kebutuhan hidup sehari-hari; seperti; pemenuhan pelayanan publik seperti air, listrik, transportasi, komunikasi, pendidikan, kesehatan, pekerjaan dan lain-lain.
2. Informasi yang terkait dengan pelayanan administrasi; seperti; pengurusan akte kelahiran, kartu keluarga, KTP, paspor dan lain-lain.
3. Informasi yang terkait dengan partisipasi sosial dan politik; seperti; pemilu, kebijakan ekonomi dan lain-lain.

Sebagai konsekuensi dari luasnya pendefinisian keterbukaan mencakup pihak-pihak yang menguasai informasi-informasi publik, yaitu lembaga-lembaga penyelenggara Negara dan atau penyelenggara fungsi pelayanan publik sebagai berikut:

1. Badan-badan penyelenggara Negara eksekutif, legislative dan yudikatif baik di tingkat pusat maupun daerah dan badan lain yang berfungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan Negara dan pemerintahan;
2. Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Badan Hukum Milik Negara (BHMN) dan badan-badan penyelenggaraan Negara lain yang memperoleh pendanaan dari anggaran Negara (baik dari APBN maupun APBD);
3. Organisasi non pemerintah, institusi pendidikan, institusi penelitian, badan usaha swasta dan badan-badan hukum lainnya yang menjalankan kegiatan berdasarkan perjanjian pemberian pekerjaan atau pemberian konsesi dari badan-badan penyelenggara Negara;
4. Badan-badan yang menjalankan fungsi pelayanan publik, baik badan usaha swasta, institusi pendidikan maupun organisasi pemerintah;

Mekanisme pengelolaan dan layanan informasi publik ini sangat penting mengingat dalam praktek saat ini, begitu banyak tantangan dan kendala yang dihadapi, antara lain berkaitan dengan lemahnya budaya pendokumentasian, system manajemen informasi, budaya memanfaatkan informasi, dan penyebarluasan informasi publik.

Upaya peningkatan kualitas layanan informasi tersebut sekurang-kurangnya mencakup:

- Pelaporan yang memungkinkan publik mengetahui kinerja layanan informasi suatu badan publik;
- Pengawasan yang bersifat obyektif dan memungkinkan adanya uji silang (cross check) terhadap kebenaran pelaporan kinerja oleh badan publik;
- Evaluasi yang bersifat obyektif terhadap kinerja pelayanan informasi dengan memperhatikan ketersediaan sumber daya yang tersedia di badan publik terkait;
- Umpan balik yang efektif dan memungkinkan badan publik terkait untuk melakukan perbaikan kinerja layanan informasi;
- Upaya perbaikan kinerja layanan informasi berdasarkan pada hasil evaluasi dan umpan balik.

Dalam era reformasi dan kebebasan menyampaikan informasi, persaingan lembaga komunikasi menjadi semakin ketat.

Banyak elemen sosial bersaing memperebutkan perhatian publik. Informasi membanjir dari berbagai arah, berbagai media, berbagai kelompok masyarakat, berbagai kekuatan politik, berbagai instansi bisnis, maupun instansi pemerintah. Informasi menjadi beragam dan begitu banyak, sehingga informasi publik seperti tenggelam diantara berbagai informasi yang membanjir.

Sekarang informasi ada diman-mana, hampir semuanya menarik bahkan juga penting dan berguna.

Kondisi kompetisi tinggi demikian mendorong lembaga media massa menjadi semakin selektif dalam menyajikan isinya.

Mereka hanya menyajikan isi yang dinilai dapat menarik perhatian publik. Informasi hasil pembangunan, informasi dari pemerintah, informasi kebijakan publik menjadi hal

yang kurang mendapat tempat di media massa. Informasi publik baru menarik jika di dalamnya terkandung konflik, atau persoalan kontroversi lainnya.

Di sisi lain masyarakat juga membutuhkan informasi publik yang berkaitan dengan hajat hidupnya. Reformasi yang terjadi di Indonesia telah mendorong munculnya berbagai tuntutan publik atas desakan demokratisasi di berbagai sector, termasuk tumbuhnya media komunitas baik cetak maupun elektronik karena keterbukaan informasi dan komunikasi.

Pada kondisi seperti ini peran media cetak komunitas sebagai penyebarluasan informasi publik menjadi persoalan yang tidak mudah. Media cetak komunitas dianggap ekstrims, karena tidak mau peduli terhadap urusan Negara, terutama dalam sosialisasi informasi publik namun lebih menekankan pada kepentingan komunitasnya.

Untuk itu penulis mencoba melakukan penelitian potensi media cetak lembaga komunitas sebagai penyebarluasan informasi publik. Diharapkan kegiatan studi ini dapat memperoleh gambaran tentang potensi dan peranan media cetak lembaga komunitas dalam masyarakat yang sedang mengalami transisi kearah demokratisasi.

B. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: Bagaimana potensi media cetak llmbagakomuitas sebagai penyebarluas Informasi Publik.

C. Tujuan Dan Kegunaan

Tujuan dilaksanakannya Studi ini adalah:

1. Penyusunan parameter-parameter utama tentang potensi lembaga komunitas dalam mengelola media cetak
2. Pengumpulan data lembaga media cetak komunitas yang berpotensi untuk penyebarluasan informasi publik;
3. Mengetahui tanggapan masyarakat terhadap pelayanan informasi oleh lembaga media cetak komunitas.
4. Rekomendasi pembuatan rujukan kesiapan media cetak komunitas sebagai penyebarluasan informasi publik;

Kegunaan hasil studi ini adalah sebagai acuan bagi unit-unit informasi dalam melakukan pelancaran arus informasi publik menggunakan lembaga media cetak komunitas, sekaligus sebagai suatu rujukan bagi badan-badan publik untuk mensosialisasikan kebijakan publik yang dikeluarkan.

II. KERANGKA KONSEPTUAL

Komunitas adalah kumpulan orang-orang, kelompok atau golongan yang bertempat tinggal atau beraktifitas dalam sebuah lokasi atau untuk keperluan dan kepentingan tertentu.

Media komunitas adalah suatu media (TV, Radio, Surat Kabar, Majalah, Tabloid) yang konsentrasi penyiaran/penyebaran pada suatu lokasi atau wilayah tertentu seperti kota kecamatan, kota kabupaten, kota propinsi atau kepulauan tertentu khususnya pada komunitas terpilih.

Media cetak komunitas adalah media yang dimiliki oleh kelompok atau perorangan dengan oplah relative kecil yang disebarakan secara terkonsentrasi pada sebuah lokasi tertentu seperti kota propinsi, kota kabupaten, kota kecamatan atau mengembangkan dan pemberdayaan sebuah komunitas tertentu.

System komunitas di Indonesia yang menyangkut masyarakat mengenai prinsip-prinsip utama sebagai berikut ;

- ✓ Berhak memperoleh akses terhadap media komunikasi (Right to Communicate).
- ✓ Organisasi dan isi media komunikasi tidak perlu tunduk pada pengendalian birokrasi.
- ✓ Organisasi-organisasi, kelompok-kelompok dan komunitas local dapat memiliki media komunikasi sendiri.
- ✓ Eksistensi media ditujukan untuk kepentingan khalayak.
- ✓ Bentuk-bentuk media komunikasi berskala kecil, interaktif dan partisipatif, satu arah dan professional tidak seperti media komunikasi berskala besar.
- ✓ Kebutuhan sosial tertentu yang terkait dengan media komunikasi tidak cukup dikemukakan melalui tuntutan konsumen secara individual ataupun melalui Negara dan berbagai sarana utama kelembagaan.
- ✓ Komunikasi terlalu penting hanya diserahkan kepada professional saja. (Denis MC. Quail)

Karakteristik media komunikasi yang diselenggarakan lembaga komunitas ;

- ◆ Independent
- ◆ Tidak komersial
- ◆ Daya jangkau terbatas
- ◆ Daya pancar rendah
- ◆ Melayani kepentingan komunitasnya.

Berdasarkan UU Penyiaran No. 32/2002, radio komunitas untuk menjaga integrasi nasional, kemajemukan masyarakat Indonesia dan terlaksananya OTDA.

Konteks komunitas menurut (Garna, 1999) lokalitas dan rasa identitas yang sama.

Media komunitas mempunyai unsur-unsur sebagai berikut ;

- Kepemilikan : Warga komunitas
- Tujuan : Memberi informasi, pendidikan dan bimbingan
- Sasaran : Komunitas tertentu secara terbatas
- Isi/konten : Informasi yang terpilih sesuai kondisi dan

kepentingan komunitas.

Isi dirancang oleh lembaga media bersama anggota komunitas.

- Karakteristik

operasional : Distribusi terbatas

Bersifat Interaktif

Feedback cenderung langsung

System lebih sederhana dan murah

Sasaran bisa jadi nara sumber

- Pengawasan &

Tanggungjawab: anggota komunitas dan perwakilan
yang ditunjuk oleh komunitas

Efek dan dampak media komunitas terhadap perubahan sosial yaitu berupa perubahan sosial seperti kemajuan (Progress), pembangunan (Development), modernisasi (Moderenization), pertumbuhan (growth). (Roger, 1978).

Secara konseptual perubahan sosial bisa bersifat fisik seperti pengadaan sarana pendidikan, pengadaan sarana bisnis dll, tetapi dapat juga bersifat non fisik seperti perubahan ideologi, nilai-nilai, norma-norma, system politik, system hukum, system informasi dsb.

Dalam Teori normatif, peranan dan tanggung jawab media sebagaimana dikemukakan oleh Schramm dkk, dikategorikan dalam empat kategori yaitu pers liberal, pers system tanggung jawab sosial, pers system otoritarian dan pers komunis.

Ke empat system tersebut dibedakan berdasarkan subjek kepentingan media tersebut. Jika pers liberal untuk kepentingan individu terutama individu pemilik modal, pers system tanggung jawab disamping untuk kepentingan individu, dituntut adanya tanggung jawab sosial kepada masyarakat, sedangkan pers otoriter dikendalikan dan mengabdikan untuk kepentingan penguasa. Pers komunis merupakan pers alat kekuasaan partai (komunis).

Pers di Indonesia kini ada disimpang jalan antara pers liberal dan pers tanggung jawab sosial. Tarik menarik antara kepentingan penguasa atau pemilik modal dengan tuntutan masyarakat dengan menonjolkan tanggung jawab sosialnya.

Dari aspek legal, pers memiliki tanggung jawab sosial sebagaimana tercermin dalam pasal-pasal fungsi pers dalam UU No.40 Tahun 1999 tentang pers.namun dalam praktek pers harus berhadapan dengan tatanan bisnis dan industri yang kemungkinan implementasi dalam menjalankan fungsi membias.

System control media pada system pers liberal lebih kepada kontrol market (free market place for ideas) dan melalui pengadilan dimana diharapkan kebenaran ditemukan melalui interaksi hukum pasar dan proses pengadilan.

Dengan system ini maka peranan media akan sesuai dengan kehendak pasar.

System control pada pers tanggung jawab, membuka peluang kepada pendapat masyarakat dan tindakan konsumen untuk mengontrol media dan adanya tuntutan yang kuat untuk menegakkan etika professional.

Banyak teori yang menjelaskan simbol dan berkembangnya lembaga masyarakat, dan salah satu teori yang menjelaskan ini, ialah teori strukturalisasi sebagaimana dikemukakan oleh Gidden (dalam Littlejohn, 1996;315). Ia menjelaskan bagaimana halnya struktur sosial lain, organisasi dibentuk melalui aksi dan interaksi antar individu.

Gidden menekankan pada peranan timbal balik dimensi struktur dan tindakan. Struktur sebagai sumber daya organisasi yaitu normal, aturan yang mengarahkan tindakan yang tidak terbatas untuk mencapai tujuan individu dan organisasi tetapi juga untuk membangun system organisasi itu sendiri.

Dalam konter media komunitas sebagai lembaga masyarakat, perkembangannya akan tergantung pada peranan timbal balik antara struktur dan tindakan. Aturan dan norma dalam kelompok menjadi basis tuntutan untuk mengembangkan media komunitas dan interaksinya melalui penyampaian pesan kepada masyarakat, mampu mempengaruhi individu-individu untuk berperilaku positif.

Implikasinya dalam konteks studi potensi media cetak lembaga komunitas akan digali peranan norma dan aturan dalam penyajian isi media dan peranan individu anggota masyarakat dalam aktifitas media komunitas.

Peranan struktur dan tindakan dalam pengelolaan media cetak lembaga komunitas dalam konteks managerial organisasi media akan tercermin dalam sumber daya manajemen media komunitas ialah manusia, dana, materi pesan yaitu bahan-bahan informasi yang disajikan, peralatan operasional dan metode yang digunakan, dimensi lain dari pengelolaan media komunitas yaitu fungsi manajemen mulai dari perencanaan, tindakan/operasional, pengendalian dan pengawasan.

Masing-masing fungsi tersebut diimplementasikan dalam kegiatan penyebarluasan informasi kepada masyarakat oleh media cetak lembaga komunitas. Disamping itu juga tanggapan masyarakat yang menjadi khalayak sasaran media komunitas dalam menjalankan peranannya.

III. METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai pengelolaan media cetak oleh sumberdaya manusia lembaga komunitas. Sedang penelitian kuantitatif untuk mendapatkan data dari khalayak pembaca media cetak lembaga komunitas

B. Bahan Penelitian dan Unit Analisis

Bahan penelitian terdiri dari pengelola media cetak lembaga komunitas dan para pembaca media cetak lembaga komunitas. Sedang unit analisisnya adalah informasi dari para pengelola media cetak lembaga komunitas menyangkut SDM, pendanaan, materi pesan, peralatan, oplah dan pendistribusian media cetak. Sedang dari pembaca adalah jawaban dari daftar pertanyaan yang diajukan.

C. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah semua lembaga komunitas yang mengelola media cetak di Jakarta, Surabaya, Denpasar, Mataram, Medan, Pontianak dan Palangkaraya. Sedang pembaca media cetak lembaga komunitas adalah semua yang berlangganan media tersebut.

Sampel ditetapkan secara proposif untuk lembaga komunitas pengelola media cetak di tiap lokasi penelitian 3 lembaga komunitas, sedang pembacanya tiap lokasi 100 responden secara kuota.

D. Teknik pengumpulan Data

Untuk pengelola media cetak lembaga komunitas dilakukan wawancara mendalam dengan Key Informan dan Informan. Untuk pembaca media cetak lembaga komunitas menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang telah ditetapkan.

E. Teknis Analisis Data

Informasi dari Key Informan dan Informan dianalisis untuk mengetahui potensi media cetak lembaga komunitas sebagai penyebarluas informasi publik.

Jawaban dari pembaca media cetak lembaga komunitas dimasukkan dalam tabel tunggal dan dialisis untuk mengetahui tanggapan khalayak pembaca media cetak lembaga komunitas.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengelola Media Komunitas

1. Kelembagaan

Dalam kerangka konseptual disebutkan media cetak komunitas adalah media cetak yang diterbitkan oleh kelompok/perorangan dengan oplah relatif terbatas dan disebar secara terkonsentrasi kepada sebuah lokasi/wilayah dalam provinsi/kabupaten/kota/kecamatan/ pedesaan untuk kelompok tertentu guna pengembangan dan pemberdayaan sebuah komunitas tertentu.

Dengan demikian tujuan utama diterbitkan media cetak oleh suatu kelompok/perorangan adalah untuk menjangkau khalayaknya yang berupa komunitas dari kelompok tersebut yang tersebar di suatu lokasi bisa pedesaan/kecamatan/kabupaten/provinsi/kepulauan tertentu.

Hasil pengumpulan data di lapangan terhadap pengelola media komunitas menunjukkan, lembaga komunitas yang menerbitkan media cetak untuk menjangkau khalayaknya menggunakan bentuk bulletin, surat kabar, tabloid, dan majalah. Sedang periode terbitnya ada yang mingguan, dan ada yang sebulan sekali.

Lembaga pengelola media komunitas ada yang berbentuk yayasan seperti Yayasan Minang Pos di Medan, Yayasan Pendidikan Intensif Agama Islam di Medan, Yayasan Pondok Pesantren Nurul Hakim di Mataram, juga terdapat lembaga seperti Lembaga Konsorsium Bali Setaman di Denpasar, Lembaga Pers Mahasiswa Unram di Mataram, di samping itu ada yang berbentuk PT Karya Pak Oles Center di Denpasar dan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) di Palangkaraya dan Institut Dayakologi di Pontianak.

Dari berbagai bentuk pengelola media komunitas tersebut, ternyata ada pengelola yang telah berbadan hukum seperti PT Karya Pak Oles Center, Lembaga Pers Mahasiswa, dan Yayasan Pon-Pes Nurul Hakim.

Sedang lembaga media komunitas yang dikelola oleh perguruan tinggi seperti Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri di Palangkaraya telah memiliki Nomor ISSN :1412-4742 sehingga tidak perlu berbadan hukum karena di bawah naungan Kampus STAIN. Namun demikian, ada lembaga pengelola media komunitas yang belum berbadan hukum karena lembaga tersebut tumbuh dari jaringan atau forum yang ada di masyarakat.

Lembaga pengelola media komunitas yang ada kebanyakan telah memiliki visi dan misi sendiri, sehingga dapat dikategorikan pengelolanya telah menerapkan prinsip-prinsip manajemen modern. Visi dan misi dari lembaga komunitas antara lain sebagai berikut :

1. Lembaga Kelompok Kerja Bali Setaman visi dan misinya adalah, informasi sebagai sebuah kenyataan dan secara terus menerus mengkritisi pelaksanaan pembangunan sehingga tidak pada tataran wacana.
2. PT Karya Pak Oles Center visinya mengembangkan teknologi EM, mendapatkan keuntungan, memberikan kesejahteraan, menciptakan lapangan kerja. Misinya melihat peluang, berani mengambil peluang, menciptakan peluang, keberanian menciptakan kesuksesan, kegagalan menciptakan kesuksesan.
3. Lembaga Info Delta Sari mempunyai visi dan misi ingin mengangkat warga Delta Sari yang potensial punya kehidupan dalam dunia usaha.
4. Lembaga Pers Mahasiswa mempunyai visi mewujudkan idealisme mahasiswa melalui pers, dan misinya menjunjung tinggi Tri Darma perguruan tinggi.
5. Yayasan Pondok Pesantren Nurul Hakim mempunyai visi menjadi wadah kreatifitas para santri, sebagai ruang informasi publik, sebagai media silaturahmi pada alumni pesantren. Sedang misinya adalah mewujudkan jurnalis yang Islami, mencetak generasi tulis yang handal, mendidik para santri untuk kreatif menulis dan sebagai informasi pesantren.
6. Institut Dayakologi mempunyai visi pemberdayaan masyarakat dayak dan kemandirian di berbagai bidang. Sedang misinya mengenai kelestarian budaya Dayak.

Lembaga pengelola media komunitas yang diwawancarai telah punya jaringan kerja dengan lembaga lain, tetapi belum ada yang pernah berhubungan dengan Lembaga Informasi Nasional.

2. Sumber Daya

Dana yang dipergunakan untuk mengelola media komunitas cetak bervariasi setiap kali terbit mulai dari Rp.1.000.000 sampai Rp. 112.000.000. Dana tersebut diperoleh dari anggota komunitas yang mampu menjadi donatur, dari lembaga-lembaga lain yang tergabung dalam jaringan, atau dari organisasi induk sebagai donatur.

Bantuan dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah tidak ada, tetapi bisa menerima pemasangan iklan sebagai pemasukan dana.

Sarana dan prasarana yang dimiliki lembaga media komunitas umumnya cukup memadai mulai dari kantor, sarana perkantoran dan sarana teknologi komunikasi seperti komputer dan jaringan internet. Mengenai mesin cetak kebanyakan lembaga media komunitas tidak memiliki sendiri, tetapi mencetak di perusahaan percetakan yang ada di daerah itu.

Tenaga kerja yang ada di lembaga pengelola media komunitas jumlahnya dinilai belum cukup, tetapi pendidikan dan pengalaman karyawan yang ada dinilai cukup memadai untuk melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh pimpinan media komunitas.

Mengenai pendidikan jurnalistik dikatakan oleh pengelola media komunitas walaupun para karyawan telah mendapat pengetahuan tentang jurnalistik tetapi dinilai belum cukup, harus ditambah dengan berbagai pengetahuan jurnalistik yang baru terutama bagi staf redaksi.

Dalam mengatasi hambatan pengelolaan media komunitas yang menyangkut sumber dana dilakukan dengan mencari donatur di luar lembaga baik kepada yayasan maupun kepada perorangan yang mampu dan mau memberikan bantuan dana untuk operasional media komunitas. Sedang hambatan sumber daya manusia yang meliputi jumlah dan kualitas di atasi dengan menambah tenaga baru yang sesuai dengan bidang tugasnya, sedang kualitas tenaga di atasi dengan mengadakan pelatihan jurnalistik, atau mengirimkan ketempat-tempat pelatihan jurnalistik dan mengikuti seminar atau forum tentang media cetak.

3. Penyebaran Informasi

Media cetak yang diterbitkan oleh lembaga, yayasan dan PT sebagai pengelola lembaga komunitas jumlahnya memang terbatas, disesuaikan dengan sasarannya. Tetapi jenis media cetak yang diproduksi tidak hanya satu macam. Sebagai contoh lembaga komunitas yang menerbitkan lebih dari satu bentuk penerbitan adalah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangkaraya, Kalimantan Tengah yang menerbitkan 1. Majalah Hummah, 2. Bulletin Hummah serta 3. Bulletin Hukum Islam Al Bayan.

Aktifitas penyebaran informasi melalui media cetak bagi setiap lembaga media komunitas berbeda-beda tergantung dari semangat pengelolanya. Bagi lembaga media komunitas yang semangatnya tinggi informasi yang disebarkan tidak hanya yang berkaitan dengan kepentingan lembaga komunitas sendiri tetapi juga kepentingan khalayaknya terhadap informasi yang diperlukan.

Informasi yang disajikan oleh media komunitas mencakup topik politik, ekonomi, sosial, budaya, pendidikan dan kesehatan. Dengan demikian media komunitas cetak telah membantu pemerintah dalam penyebaran informasi publik kepada masyarakat menyangkut bidang politik, ekonomi, pendidikan, kesehatan serta sosial budaya.

Penyebaran media cetak ke khalayak sasaran ternyata tidak hanya dalam kota tempat lembaga komunitas tersebut berdomisili. Tetapi ada beberapa lembaga, yayasan dan PT yang penyebaran media cetaknya ke luar daerah, ke kota-kota

lain bahkan kota-kota antar pulau untuk mencapai anggota kelompok komunitas tersebut.

Bahan-bahan informasi yang disajikan dalam media cetak diperoleh dari berbagai sumber yang terpercaya seperti, internet, tokoh masyarakat, politikus, dosen dan lain-lain. Dengan demikian sumber yang dipergunakan sebagai rujukan untuk mengisi media cetak berasal dari nara sumber yang kapabel di bidangnya, sehingga isi media cetak yang diterbitkan oleh lembaga media komunitas cukup berbobot. Secara umum pengelola lembaga komunitas mengatakan belum pernah mendapatkan bahan-bahan informasi dari Departemen Komunikasi dan Informasi tetapi memperoleh dari Pemda, Departemen Agama, Departemen Pendidikan dan KPU.

Agar penyajian isi media cetak yang diterbitkan menarik, maka lembaga media komunitas mengemas informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dengan konsep kearifan budaya lokal. Artinya isi disajikan sesuai dengan tingkat pengetahuan dan daya tarik khalayak sasaran media komunitas. Redaksi berusaha menyajikan konten yang sesuai dengan keinginan pembacanya yang terikat pada suatu komunitas tertentu.

Dalam proses pengemasan konten dari media cetak dilakukan standarisasi isi yang difokuskan melalui rapat redaksi. Jadi telah ditempuh cara-cara pengelolaan media yang profesional. Karena dalam mengambil keputusan suatu produksi isi media dipecahkan melalui mekanisme demokrasi yaitu dalam rapat redaksi. Sehingga segala hal yang berhubungan dengan dampak suatu isi media dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan melalui rapat redaksi.

B. Tanggapan Khalayak Pembaca

Dari responden pembaca media cetak lembaga komunitas dapat diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1
Bentuk Media Cetak Lembaga Komunitas yang Digunakan
n: 600

Bentuk Media	F	%
Tidak menjawab	14	2.30
Suratkabar	282	63.70
Majalah	64	10.70
Tabloid	32	5.30
Bulletin	65	10.80
Semuanya	43	7.20

Jumlah	600	100.00
--------	-----	--------

Media komunitas cetak yang paling banyak digunakan oleh responden adalah jenis surat kabar (63.70%). Sedang bentuk majalah dan bulletin hampir sama besarnya (10.70%). Hal ini menunjukkan lembaga komunitas dalam memproduksi media cetak yang utama dalam bentuk surat kabar, karena bentuk ini di samping isinya lebih banyak, juga prosesnya relatif lebih cepat karena dari percetakan langsung bisa diedarkan ke khalayaknya.

Tabel 2
Media Cetak Kabupaten yang Dibaca
n: 600

Media Cetak Kab.	F	%
Tidak menjawab	6	1.00
Menyebut nama media daerah	594	99.00
Jumlah	600	100.00

Responden yang menggunakan media cetak dapat menyebutkan nama media dan penerbitannya secara benar. Hal ini menandakan hubungan masyarakat pengguna media cetak dengan lembaga komunitas yang menerbitkan media cetak tidak hanya sebatas interaksi simbolik tetapi sudah menjadi hubungan dalam kelompok yang lebih mendalam karena terikat dalam komunitas tertentu.

Tabel 3
Periode Terbit Media Cetak
n: 600

Periode Terbit	F	%
Tidak menjawab	6	1.00
Harian	132	22.00
Mingguan	53	8.80
Dwi mingguan	193	32.20
Bulanan	216	36.00
Jumlah	600	100.00

Media komunitas cetak yang banyak dibaca responden adalah media yang periode terbitnya bulanan (36.00%) dan dwi mingguan (32.20%). Hal ini menunjukkan lembaga media komunitas dalam menerbitkan media cetak lebih banyak yang periode terbitnya agak longgar yaitu tiap bulan sekali dan tiap dua minggu sekali.

Tabel 4
Cara Memperoleh Media Cetak
n: 600

Cara Memperoleh	F	%
Tidak menjawab	2	0.30
Beli eceran	136	22.70
Berlangganan	132	22.00
Pinjam dari teman	66	11.00
Pinjam dari kantor	16	2.70
Secara gratis	248	41.30
Jumlah	600	100.00

Responden dalam mendapatkan media komunitas cetak paling banyak adalah secara gratis (41.30%), karena memang kebanyakan media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas itu diberikan kepada khalayak sasarannya secara gratis sesuai dengan tujuan dari komunitas itu dibentuk. Namun demikian ada pula responden yang secara mendapatkan media cetak tersebut dengan beli eceran (22.70%) dan berlangganan (20.00%).

Tabel 5
Keteraturan Baca Media Cetak
n: 600

Keteraturan Baca	F	%
Tidak menjawab	2	0.30
Selalu membaca	317	52.80
Kadang-kadang	276	46.00
Tidak baca	5	0.80
Jumlah	600	100.00

Responden dalam membaca media komunitas cetak ternyata bagian terbesar (52.80%) selalu membaca media cetak tersebut. Responden yang kadang-kadang membaca jumlahnya cukup besar pula (46.00%). Hal ini menunjukkan media komunitas mendapat perhatian yang cukup besar dari khalayaknya terutama yang ingin mengetahui perkembangan komunitasnya.

Tabel 6
Kebiasaan Baca Isi Media Cetak
n: 600

Kebiasaan Baca	F	%
Seluruh isi	326	54.30
Pilih informasi yang menarik	259	43.20
Hanya satu informasi	15	2.50
Jumlah	600	100.00

Responden yang membaca media komunitas cetak ternyata bagian terbesar adalah biasa membaca seluruh isi media cetak (54.30%), sedang yang biasa memilih informasi yang menarik saja sebesar (43.20%). Hal ini menunjukkan media komunitas cetak yang sampai ke tangan pembacanya lebih dari 50% dibaca semua isinya. Artinya semua yang disajikan dalam media cetak mendapat perhatian dari khalayaknya.

Tabel 7
Bidang media cetak yang Dibaca
n: 600

Bidang isi	F	%
Tidak menjawab	1	0.20
Politik	35	5.80
Ekonomi	36	6.00

Sosial budaya	118	19.70
Semuanya (ekspolesosbud)	410	68.30
Jumlah	600	100.00

Dalam membaca isi media cetak dari lembaga komunitas ternyata responden hampir dua pertiga membaca semua bidang isi media yang meliputi bidang politik, ekonomi dan sosial budaya. Hal ini menunjukkan responden dalam membaca media komunitas cetak tidak hanya memilih satu bidang isi tertentu saja, tetapi semua bidang yang disajikan media cetak dimanfaatkan.

Tabel 8
Tujuan Baca Media Komunitas Cetak
n: 600

Tujuan Baca	F	%
Memperoleh informasi	329	54.80
Memperoleh pengetahuan	317	52.80
Mengisi waktu luang	62	10.30
Mencari hiburan	19	3.20
Jumlah	600	100.00

Responden yang membaca media komunitas cetak mengatakan, tujuan membaca adalah yang utama untuk memperoleh informasi (54.80%) dan tujuan ke dua adalah untuk memperoleh pengetahuan (31.70%). Dengan demikian media cetak yang mereka baca itu sesuai dengan visi dan misi lembaga komunitas yang menerbitkan media cetak.

Tabel 9
Pendapat Terhadap Isi Media Cetak
n: 600

Isi Media Dinilai	F	%
Tidak menjawab	1	1.20
Memenuhikebutuhan	367	61.20
Kurang memenuhi	215	35.80

Tidak memenuhi	17	2.80
Jumlah	600	100.00

Responden yang membaca media komunitas cetak berpendapat, isi media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas bagian terbesar telah memenuhi kebutuhan mereka akan informasi dan pengetahuan (61.20%). Sedang responden yang menyatakan kurang memenuhi kebutuhan sebesar (35.80%).

Tabel 10
Pendapat Terhadap Kualitas Isi Media Cetak
n: 600

Kualitas Isi Media	F	%
Bagus sekali	71	11.80
Cukup bagus	503	83.80
Kurang bagus	26	4.30
Jumlah	600	100.00

Bagian terbesar responden yang membaca media komunitas cetak berpendapat, kualitas isi media yang mereka baca sudah cukup bagus (83.80%), sedang yang berpendapat bagus sekali sebanyak (11.80%). Hal ini menunjukkan, kualitas isi media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas dinilai cukup bagus. Artinya media cetak tersebut cukup berkualitas, adalah hanya diproduksi oleh lembaga komunitas tertentu.

Tabel 11
Bahasa yang Digunakan Media Cetak Komunitas
n: 600

Bahasa yang Digunakan	F	%
Bahasa Indonesia	508	84.70
Bahasa daerah	6	1.00
Campuran	86	14.30
Jumlah	600	100.00

Bagian terbesar yang membaca media komunitas cetak mengatakan, bahasa yang digunakan dalam media cetak yang diterbitkan oleh lembaga media komunitas adalah bahasa Indonesia (84.70%), sedang yang mengatakan menggunakan bahasa daerah hanya (1.00%). Media komunitas cetak yang punya khalayak khusus sesuai dengan komunitasnya tidak mutlak menggunakan bahasa daerah, tetapi yang utama menggunakan bahasa Indonesia dan sebagai selingan ada bahasa daerahnya.

Tabel 12
Pendapat Terhadap Penyajian Isi Media Cetak
n: 600

Penyajian isi Media	F	%
Sangat mudah dipahami	120	20.00
Cukup mudah dipahami	476	81.80
Sulit dipahami	4	7.20
Jumlah	600	100.00

Bagian terbesar responden yang membaca media komunitas cetak berpendapat penyajian isi media yang dibaca cukup mudah dipahami (81.80%), sedang yang mengatakan isi media sangat mudah dipahami hanya (20.00%). Hal ini menunjukkan media komunitas cetak telah disesuaikan dengan tingkat kemampuan daya nalar khalayaknya atau komunitasnya.

Tabel 13
Penggunaan Isi Media Cetak
n: 600

Penggunaan Isi Media Untuk Diskusi	F	%
Selalu digunakan	66	11.00
Kadang-kadang digunakan	491	81.80
Tidak pernah digunakan	43	7.20

Jumlah	600	100.00
--------	-----	--------

Responden yang membaca media komunitas, mengatakan bagian terbesar (81.80%) kadang-kadang, menggunakan isi media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas untuk bahan obrolan atau bahan diskusi. Sedang responden yang selalu menggunakan isi media cetak untuk bahan obrolan atau diskusi hanya (11.00%). Hal ini menunjukkan isi media cetak dari lembaga komunitas masih kadang-kadang digunakan obrolan di antara anggota komunitas.

Tabel 14
Penilaian Terhadap Informasi Publik di Media Cetak
n: 600

Informasi Publik	F	%
Tidak menjawab	1	0.20
Cukup informasi publik	398	66.30
Belum cukup informasi publik	167	27.80
Tidak tahu	34	5.70
Jumlah	600	100.00

Responden yang membaca media cetak yang diterbitkan oleh lembaga media komunitas bagian terbesar (66.30%) mengatakan media cetak yang dibaca telah menyajikan cukup informasi publik, sedangkan responden yang mengatakan informasi publik di media cetak belum cukup (27.80%). Mengacu kepada pendapat pertama yang besar jumlahnya, media cetak dari lembaga komunitas telah cukup menyajikan informasi publik. Artinya media komunitas cetak dapat diberdayakan sebagai penyalur informasi publik.

C. PEMBAHASAN

a. Lembaga Media Komunitas

Pengelola Media Komunitas dalam melaksanakan aktifitas penyebaran informasi kepada para anggotanya menggunakan media cetak yang berbentuk bulletin, surat kabar, tabloid dan majalah. Media cetak tersebut diterbitkan secara berkala, ada yang harian, mingguan, dwi mingguan dan bulanan, tetapi kebanyakan lembaga komunitas menerbitkan media cetak secara dwi minggu dan bulanan.

Bentuk media cetak yang paling banyak diterbitkan oleh lembaga komunitas adalah buletin dan surat kabar, dibanding dengan bentuk

media cetak yang lain. Bentuk bulletin dan surat kabar banyak digunakan oleh lembaga media komunitas karena pengelolaannya relative lebih mudah dan informasi yang dimuat bisa lebih banyak dan cepat proses penerbitannya.

Periodisitas media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas lebih banyak dwi mingguan dan bulanan, karena dengan periode dua minggu sekali, bahkan satu bulan sekali, para pelaksana dari media cetak tersebut mempunyai cukup waktu untuk mengelola isi media cetak, mulai dari pencarian bahan, proses editing dan gatekeeping serta proses pencetakan dan pendistribusiannya.

Media cetak yang diterbitkan oleh media komunitas banyak didistribusikan kepada anggota komunitas secara gratis, sedang yang dijual secara eceran dan berlangganan jumlahnya hampir sama. Hal ini sesuai dengan visi dan misi lembaga komunitas yang ingin dicapai kepada para anggotanya melalui penerbitan media cetak yang berisi berbagai informasi yang diperlukan para anggotanya.

Informasi yang disajikan dalam media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas meliputi bidang ekonomi dan bidang sosial budaya. Artinya semua bidang dalam masyarakat dimuat dalam media cetak tersebut, tetapi secara parsial, bidang sosial budaya persentasenya lebih besar. Bidang sosial budaya disajikan dalam media cetak yang lebih besar, karena menyangkut masalah lembaga komunitas dan para anggota komunitasnya seperti masalah agama dan masalah pendidikan.

Lembaga komunitas yang ada memang kebanyakan untuk komunitas keagamaan tertentu dan komunitas pendidikan tertentu.

Anggota lembaga komunitas yang membaca media cetak tersebut mnengatakan tujuannya adalah untuk memperoleh informasi dan memperoleh pengetahuan dalam jumlah yang hampir sama. Hal ini sejalan dengan informasi yang disampaikan oleh media cetak oleh lembaga komunitas dan digunakan oleh para anggota komunitasnya sebagai sumber informasi dan pengetahuan.

Oplah media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas bervariasi, antara 250 ekslembar sampai 200.000 ekslembar. Pada umumnya media cetak didistribusikan secara gratis, tetapi ada pula yang dijual per ekslembar antara Rp. 1.500,- - Rp. 2.000,- khususnya untuk Koran Mitra Minang Post yang diterbitkan oleh komunitas orang minang di kota Medan.

Lembaga media komunitas dalam memperoleh bahan informasi untuk diterbitkan melalui media cetak diperoleh dari berbagai sumber terutama dari lembaga media komunitas itu sendiri, dari berbagai LSM yang sejalan dengan lembaga media komunitas, dari internet dan ide-ide baru termasuk tulisan dan artikel yang relevan dengan visi dan misi lembaga tersebut. Sumber yang banyak digunakan untuk mendapatkan informasi adalah dari para pakar yang sesuai bidangnya, para ilmuwan dari media massa cetak dan elektronik termasuk media baru.

Lembaga komunitas tidak ada yang memperoleh bahan informasi untuk media cetaknya dari Kantor Kominfo setempat. Mereka mengharapkan dapat memperoleh bahan informasi dari Kantor Kominfo. Dengan mengambil bahan informasi dari sumber-sumber yang ada, lembaga komunitas tidak perlu menugaskan Reporter khususnya untuk mencari bahan-bahan di lapangan, seperti layaknya media massa cetak umum yang menghadapi persaingan ketat dengan media yang lain.

Pengelolaan media cetak oleh lembaga media komunitas dilakukan secara profesional, artinya tenaga kerja yang melakukan tugas penerbitan media cetak mempunyai kualifikasi khusus yaitu orang-orang menguasai bidangnya meskipun secara kuantitatif, jumlah tenaga kerja yang menangani penerbitan media cetak masih kurang ideal (masih terbatas) tetapi kualitasnya dapat diandalkan. Mereka kebanyakan telah berpengalaman dibidangnya lebih dari satu tahun. Para petugas di bidang media cetak tidak sedikit mempunyai latar belakang pendidikan komunikasi. Kualitas SDM yang mengelola media cetak berpendidikan tinggi mulai dari S1 dan bahkan ada yang berpendidikan S2.

Jumlah tenaga yang menangani media cetak ada 3 sampai 10 orang, tergantung besar kecilnya media yang ditangani. Pengelola media cetak yang berbentuk surat kabar jumlah SDMnya relative lebih banyak sekitar 10 orang seperti surat kabar Pak Oles di Denpasar dan surat kabar Minang Post di Medan.

Media komunitas setiap terbit memerlukan dana antara Rp. 2.000.000,- untuk biaya kertas dan ongkos cetak, tergantung dari besarnya oplah serta bentuk media cetaknya. Untuk media cetak yang berbentuk surat kabar dan oplah sebesar 2.000 ekslembar dengan jumlah halaman antara 12-16 diperlukan biaya sekitar Rp. 2.000.000,-. Dana tersebut dapat ditutupi dari hasil penjualan dan iklan yang masuk. Tetapi jika tidak dapat ditutup maka dicari dari para donator yang mau membantu pendanaan media cetak dari lembaga media komunitas tersebut.

Bagi lembaga komunitas yang mendistribusikan media cetaknya secara gratis, pendanaan diperoleh dari dana lembaga komunitas tersebut atau induk organisasi lembaga tersebut seperti lembaga komunitas yang berada di lingkungan perguruan tinggi tertentu.

b. Tanggapan khalayak Pembaca media cetak

Masyarakat yang menjadi anggota lembaga komunitas tertentu dan membaca media cetak yang diterbitkan lembaga tersebut menilai isi media cetak yang mereka baca memenuhi kebutuhannya yaitu kebutuhan informasi dan pengetahuan. Media cetak dari lembaga media komunitas diproduksi untuk mencapai tujuan organisasi yang berupa visi dan misi, dan menyangkut kebutuhan anggota komunitas. Dengan demikian isi media cetak telah dapat memenuhi kebutuhan khalayak. Mengenai isi media cetak yang mereka baca kualitasnya dinilai cukup bagus, artinya khalayak merasa puas terhadap isi media cetak. Lembaga media komunitas dalam mengelola media cetak

dilaksanakan secara sungguh-sungguh dari perencanaan sampai ke pelaksanaannya dan media tersebut ditangani oleh sumber daya manusia yang tepat dengan kata lain, media cetak dikelola secara professional.

Hasilnya, masyarakat yang membaca media cetak tersebut menilai kualitas isi media cetak tersebut cukup bagus. Pengelolaan media cetak dengan memilih sumber informasi yang digunakan dalam media cetak tidak sembarangan karena sumber-sumber yang cukup berbobot yang digunakan sehingga hasilnya cukup berkualitas. Dalam penyajian isi dalam media cetak Lembaga media komunitas lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia, sehingga para anggota komunitas tidak mengalami kesulitan dalam memahami isinya.

Hasil yang mereka baca dari media cetak kadang-kadang dijadikan bahan diskusi dengan orang lain. Hal ini merupakan para anggota komunitas memanfaatkan isi media cetak bukan hanya untuk dirinya tetapi disebarkan (difusi) kepada anggota masyarakat lainnya.

Dengan demikian persepsi atau tanggapan masyarakat terhadap media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas cukup baik dan positif sehingga media cetak tersebut berpeluang untuk dikembangkan lebih lanjut baik jumlah oplahnya maupun volume isinya.

Masyarakat dalam menerima informasi dari media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas bagian terbesar secara gratis, karena memang media cetak diterbitkan untuk kepentingan para anggotanya walaupun ada yang membayar secara eceran atau berlangganan. Media cetak yang diterima ternyata dibaca secara teratur, artinya setiap terbit, anggota komunitas yang menerima media cetak membacanya secara teratur, dan kebiasaan membaca ini secara keseluruhan. Media cetak yang diterbitkan lembaga komunitas isinya meliputi bidang politik, bidang ekonomi dan bidang-bidang sosial budaya yang ternyata lebih banyak disajikan dalam media tersebut. Isi media cetak tersebut biasanya dibaca secara keseluruhan dan ada juga yang memilih informasi yang menarik saja walupun jumlahnya tidak sebanyak yang membaca isi seluruh media cetak.

Masyarakat yang membaca media cetak tersebut mengatakan penyajian isi dari media cetak yang dibaca cukup mudah dipahami. Pendidikan masyarakat yang membaca tersebut sebagian besar SLTA sampai S2. karena itu tidak mengalami kesulitan dalam memahami isi media komunitas cetak yang diproduksi berorientasi pada anggota komunitas tertentu.

c. Potensi Media cetak Komunitas

Dalam era reformasi telah diberlakukan UU No. 40 tahun 1999 dan UU penyiaran No. 22 tahun 2002, serta amandemen UUD 1945 khususnya pasal 28F, maka masyarakat diberi kebebasan untuk menyelenggarakan kegiatan komunikasi menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik.

Lembaga komunitas yang didirikan oleh suatu kelompok komunitas tertentu memanfaatkan peluang tersebut dengan menerbitkan media cetak untuk menjangkau anggota khalayak sasarannya yaitu anggota masyarakat yang tergabung dalam komunitas tertentu seperti keagamaan, pendidikan dan lain-lain. Dari beberapa lembaga media komunitas yang menjadi sample dalam studi ini menunjukkan disamping kelebihan dari pengelolaan media cetak juga terdapat kekurangan-kekurangan yang perlu dikembangkan.

Kelemahan dari pengelolaan media cetak yang perlu dikembangkan adalah beberapa lembaga komunitas mengatakan masih kekurangan tenaga kerja yang mengelola penerbitan media cetak. Disisi lain kelemahan dari lembaga komunitas adalah terbatasnya dana untuk operasional media cetak. Jadi yang menjadi hambatan pengelolaan media cetak oleh lembaga komunitas yang utama adalah terbatasnya dana operasional sehingga oplah penerbitan terbatas jumlahnya. Demikian pula jumlah tenaga kerja yang mengelola penerbitan juga terbatas jumlahnya dan memerlukan penambahan.

Dalam operasionalnya media cetak yang diterbitkan oleh lembaga komunitas dinilai isi berupa informasi publik yang cukup banyak. Karena itu kendala terbatasnya jumlah cetakan memerlukan jalan keluar seperti bekerja sama dengan instansi pemerintah baik tingkat pusat maupun daerah agar dapat membantu jumlah oplah.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Aktifitas penyebaran informasi lembaga komunitas melalui media cetak kepada para anggota komunitasnya kebanyakan menggunakan bentuk bulletin dan surat kabar dengan oplah antara 1.000 ekslembar sampai 2.000 ekslembar dengan periodisitas dua mingguan dan bulanan. Media cetak tersebut disebarluaskan secara gratis, tetapi ada juga yang dijual dengan harga per ekslembar Rp. 1.500,- untuk 12-16 halaman.
2. Informasi yang disajikan dalam media cetak menyangkut bidang politik, bidang ekonomi dan bidang sosial budaya. Secara kuantitatif bidang sosial budaya lebih banyak disajikan dalam isi media tersebut. Dengan demikian informasi untuk kebutuhan publik telah menjadi isi dalam media cetak tersebut namun dalam arti umum yaitu informasi yang banyak digunakan dalam masyarakat. Tetapi informasi publik yang berupa kebijakan memang belum banyak disajikan dalam media cetak karena kesulitan mendapatkan dari sumber yang resmi.
3. Bahan-bahan informasi yang disajikan dalam media cetak diperoleh dari berbagai sumber, baik sumber manusia maupun sumber media. Sumber manusia dapat dari pakar, sedang dari media yaitu media baru (internet) dan media cetak umum yang ada. Sumber pejabat pemerintah tidak disebutkan oleh lembaga komunitas, karena berasal dari penjelasan resmi oleh pemerintahan seperti jumpa pers. Lembaga komunitas yang punya

media cetak jarang ikut jumpa pers dan tidak diundang, bahkan belum pernah berhubungan dengan Kantor Kominfo setempat.

4. Media cetak yang diterbitkan oleh Lembaga Komunitas ternyata dikelola dengan baik oleh para petugasnya yang cukup berpengalaman dibidangnya, paling sedikit satu tahun telah bekerja dibagian penerbitan media cetak. Pendidikan para pengelola informasi itu cukup karena bergelar sarjana (S1) bahkan ada yang S2. Jumlah para petugas masih terbatas, belum memenuhi standar yang ideal. Artinya masih perlu penambahan jumlah dibanding volume kerjanya.
5. Sumber daya pendukung media cetak masih merupakan kendala terutama pendanaan yang selalu deficit. Sumber daya diperoleh dari para donator organisasi induk, anggota komunitas dan iklan, tetapi belum seimbang antara pemasukan dan pembiayaan untuk ongkos cetak. Mengenai sarana dan prasarana kerja baik yang merupakan ruang kantor, perlengkapan kerja termasuk computer, tidak menjadi kendala bagi lembaga komunitas tersebut.
6. Masyarakat anggota komunitas yang membaca media cetak dari lembaga komunitas menilai media tersebut isinya telah memenuhi kebutuhannya, kualitas isinya cukup bagus, bahasa yang digunakan bahasa Indonesia sehingga mudah dipahami, dan isinya kadang-kadang menjadi bahan diskusi atau obrolan dengan anggota masyarakat yang lain. Mereka juga menilai media komunitas telah cukup banyak menyajikan informasi publik sesuai dengan kebutuhannya.
7. Masyarakat dalam membaca media cetak dari lembaga komunitas kebanyakan teratur dan membaca seluruh isinya, tetapi ada juga yang hanya baca informasi yang menarik saja. Isi media meliputi bidang politik, ekonomi dan sosial budaya hampir semuanya dibaca. Tujuan masyarakat membaca media cetak adalah untuk memperoleh pengetahuan dan informasi.
8. Melihat potensi yang ada dalam pengelolaan media cetak oleh lembaga komunitas ada peluang untuk dikembangkan melalui kerja sama kelembagaan. Pemerintah dapat memanfaatkan lembaga komunitas yang mengelola media cetak yang potensial, yaitu beroplah besar, banyak jumlah anggotanya, media cetaknya telah diterbitkan teratur, bahkan punya juga media elektronik.

B. Saran

1. Pemerintahan dapat melakukann kerja sama dengan lembaga komunitas yang menerbitkan media cetak dengan oplah lebih dari 1.000 eksemplar sekali terbit seperti Pak Oles Center di Denpasar, Info Data Sari di Surabaya, Koran Mitra Minang di Medan, Media Unran di Mataram, Media Pon-Pes Nurul Hakim di Lombok Barat.
2. Lembaga komunitas yang merbitkan media cetak ditiap-tiap daerah biasanya belum banyak diketahui oleh aparat pemerintah didaerah, untuk itu perlu dilakukan pendekatan melalui wawancara mendalam yang menyangkut potensinya sebagai penyebarluas informasi publik.

3. Kepada lembaga komunitas yang potensinya tinggi sebagai penyebar informasi publik perlu dibantu dengan supply bahan-bahan informasi publik yang dapat dijadikan konten dalam penerbitan media cetaknya secara teratur. Memungkinkan pemerintah dapat memfasilitasi penyelenggaraan diklat jurnalistik cetak untuk SDM lembaga komunitas media cetak secara selektif.
4. Media komunitas sifat komersialnya tidak dominan, karena itu merupakan peluang bagi pemerintahan untuk memanfaatkan ruang publik yang ada guna penyampaian informasi publik dengan biaya yang relative rendah tidak seperti media massa cetak lainnya.
5. Lembaga komunitas yang menerbitkan media cetak tumbuh dan berkembang dari bawah, artinya dilakukan secara swadaya dan swadana oleh para anggota komunitas tertentu, karena itu perlu diciptakan iklim yang memungkinkan tidak ada hambatan untuk tumbuh dan berkembangnya media cetak tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

1. Agus Sudibyo, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, LKIS Yogyakarta, 2003
2. Alex Subur, *Semiotika Komunikasi*, Remaja Rosda Karya Bandung, 2003
3. Andi Bulaeng, *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*, Andi Yogyakarta, 2004
4. Angela Heylin, *Kiat Sukses Komunikasi*, Mitra Utama, 2002
5. Arsell St. Rausn & Juliet Carbin, *Dasar Penelitian Kualitatif*, Pustaka Pelajar, 2003
6. Ben Agger, *Teori Sosial Kritis*, Kreasi Wacana Jogjakarta, 2003
7. Budi Winarno, *Teori & Proses Kebijakan Publik*, Med Press, 2003
8. deddy Mulyana, *Komunikasi Antar Budaya*, Rosda, 2003
9. Frank Jefkins – Daniel Yadin, *Public Relation*, Mitra Utama, 2004
10. Fred N. Kerlinger, *Asas – asas Penelitian Behavioral*, Gajah Mada University Press, 2002
11. Heru Nugroho, *Demokrasi di Era Digital Tantangan Kehidupan*, Rosda, 2002
12. Hessel Nogi. S. Tangkilan, *Wacana Kebijakan Publik Indonesia*, Lukman Offset Yogyakarta, 2003
13. Hessel Nogi S. Tangkilan, *Evaluasi Kebijakan Publik*, Balairung & Co. Yogyakarta, 2002
14. Jalaudin Rakhmad, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2003
15. Margaret M, Paloma, *Sosiologi Kontemporer*, Rajawali pers, 2003

16. Nurudin, *Sistim Komunikasi Indonesia*, Pustaka Belajar, 2003
17. Sjafrri Saisin, *Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*, Pustaka Belajar, 2002
18. Reed H. Blake & Edwin O. H, *Taksonomi Konsep Komunikasi*, Papyrus, 2002
19. Richard E. Palmer, *Hermenentika*, Pustaka Belajar, 2002
20. William L. Rivers – Jay W. Jensen, *Media Massa & Masyarakat Moderen*, Kencana, 2002
21. Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya Politik di ruang Cyber*, Radja Grafindo Persada, 2003