

CITRA PEMERINTAH KOTA PONTIANAK DALAM PEMBERITAAN SURAT KABAR LOKAL

Oleh:

MUHAMMAD FAJRURRACHIM^{1*}

NIM. E1101151010

Lina Sunyata², Dewi Utami²

* Email: muhammadfajrurrachim@student.untan.ac.id

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.

ABSTRAK

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra pemerintah kota pontianak dalam pemberitaan surat kabar lokal. Berdasarkan latar belakang diatas terdapat indikasi masalah yang menjadi dasar dari penelitian yaitu pemberitaan media lokal mengenai Pemkot Pontianak yang bernada negatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Isi Pendekatan Kuantitatif. Ada pun hasil penelitian ini adalah Citra Pemkot Pontianak dalam pemberitaan yaitu, citra pasif/netral sebanyak 88 paragraf, citra negatif sebanyak 21 paragraf, dan citra positif sebanyak 27 paragraf. Sebagian besar (64,7%) citra Pemkot Pontianak dalam pemberitaan dua surat kabar yaitu Pontianak Post dan Tribun Pontianak adalah pasif/netral, karena dalam pemberitaan tersebut umumnya hanya menyampaikan informasi atau berita berdasarkan fakta tentang kinerja Pemkot Pontianak. Selanjutnya elemen citra dalam pemberitaan tentang Pemkot Pontianak yaitu *personality* sebanyak 62 paragraf, *reputation* 24 paragraf, *value* 50 paragraf, dan *corporate identity* 0 paragraf. Kecenderungan (45,5%) elemen citra yang terdapat di pemberitaan surat kabar Pontianak Post dan Tribun Pontianak yaitu *personality*, karena dari pemberitaan kedua surat kabar tersebut menggambarkan informasi berkaitan dengan kinerja dan upaya yang dilakukan oleh Pemkot Pontianak dalam mengembangkan program yang sedang dilakukan. Kesimpulan Citra yang terbentuk dalam pemberitaan surat kabar tentang Pemkot Pontianak yaitu pasif/netral. Surat kabar yang memberitakan tentang Pemkot Pontianak lebih banyak bersifat menyampaikan informasi sesuai fakta mengenai kinerja Pemkot Pontianak. Kecenderungan Elemen citra yang ada dalam pemberitaan di surat kabar tentang Pemkot Pontianak adalah *personality*, karena pemberitaan kedua surat kabar tersebut menggambarkan kinerja dan upaya yang dilakukan oleh Pemkot Pontianak dalam membangun program yang sedang dilakukan. Rekomendasi atau saran yang dapat diberikan yaitu Pemkot Pontianak dapat terus meningkatkan kinerja dalam rangka membangun Kota Pontianak yang lebih baik lagi, sehingga tercipta pemberitaan yang positif di media massa.

Kata Kunci: Citra Pemerintah Kota, Humas Pemerintah, Elemen Citra

THE IMAGE OF THE GOVERNMENT OF PONTIANAK CITY ON THE LOCAL NEWSPAPER

By:

MUHAMMAD FAJRURRACHIM^{1*}

NIM. E1101151010

Lina Sunyata², Dewi Utami²

* Email: muhammadfajrurrachim@student.untan.ac.id

1. A Student of Communication Science Study Program in Social and Political Science Faculty of Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Lecturers of Communication Science Study Program in Social and Political Science Faculty of Universitas Tanjungpura Pontianak.

ABSTRACT

The purpose of this undergraduate thesis writing was to find out the image of government of Pontianak city on local newspaper. Based on the background above, there were some problem indications which became the basis of this research that there were negative tones from the local newspaper related to the city government's image. The method used in this research was analysis method with quantitative approach. As the result of this study is that the image of the city government on local news was divided into; passive/ neutral image as many as 88 paragraphs, negative image as many as 21 paragraphs, and positive image as many as 27 paragraphs. Most (64,7%) of the city government's image on two local newspapers, which are Pontianak Post and Tribun Pontianak, was passive/ neutral, because on those news, they were just delivering fact information or news related to the city government's performance. Then, there were elements of the news image on the city government, such as personality as many as 62 paragraphs, reputation as many as 24 paragraphs, value as many as 50 paragraphs, and corporate identity as many as 0 paragraph. The tendency (45,5%) of image elements emerged on both local newspapers was personality, because it described about the performances and efforts done by the city government in developing ongoing programs. The conclusion: The image shaped on the newspapers about city government is passive/ neutral. The newspapers which informed about city government were more likely delivering information based on facts related to city government's performance. The tendency of image elements existed on the newspapers was personality, because it described about the performances and efforts done by the city government in developing ongoing programs. The recommendation of this research is that the city government can continue to increase their performances in terms of developing Pontianak City to be much better, so that it will create more positive news on mass media.

Keywords: City Government's Image, Government's Public Relation, Image Elements



A. PENDAHULUAN

Dalam lingkup organisasi, posisi yang berhubungan dengan lingkungan khususnya masyarakat merupakan salah satu peran humas.

Menjalin dan menjaga hubungan dengan media merupakan cara yang efektif untuk membangun, menjaga dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi. Peran media khususnya surat kabar terhadap instansi pemerintahan sangat penting, karena tanpa media tidak akan sampai kepada publik. Selain dampak positif, terkadang timbul dampak negatif akibat pemberitaan di media.

Pemerintah Kota Pontianak dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya dibantu oleh OPD dimana salah satunya adalah Dinas Komunikasi, Informatika dan Kehumasan Pemerintah Kota Pontianak, seperti tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 18 tahun 2016 khusus Daerah Kota Pontianak:

Perangkat daerah, yang di tindak lanjuti dengan peraturan

daerah Kota Pontianak No 7 tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah kota Pontianak. Secara teknis melengkapi kedudukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak di tuangkan dalam Peraturan Walikota Pontianak Nomor 72 tahun 2016 tentang kedudukan, struktur Organisasi, tugas pokok, fungsi, uraian tugas dan tata kerja dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak.

Salah satu kegiatan internal Humas Pemkot Pontianak yaitu pembuatan kliping berita. Membuat kliping berita merupakan kegiatan rutin setiap hari kerja yang dilakukan oleh bagian Pemberitaan dan Publikasi Humas Pemkot Pontianak. Tujuan dari pembuatan kliping adalah sebagai sumber informasi pegawai untuk mengetahui kondisi yang sedang dan akan dilaksanakan oleh Pemkot Pontianak, serta untuk mengetahui pendapat umum dan mempermudah Pejabat Pemkot Pontianak dalam pengambilan keputusan atau pembuatan kebijakan.

Gambar 1.1
Contoh Kliping Berita



Sumber: Arsip Pemkot Pontianak 2019

Kliping berita tersebut mengangkat masalah tentang Taman Kapuas Tak Aman yang menyebabkan hilangnya satu unit motor milik masyarakat yang diparkir di taman alun Kapuas. Sebagian besar masyarakat meragukan tidak adanya petugas jaga di taman alun Kapuas.

Taman Alun Kapuas merupakan salah satu ikon Pontianak dan penambah PAD. Tapi jika lokasi ikon tidak aman ke depan tidak ada lagi orang mau mengunjungi kesana. Pada berita tersebut berisikan mengenai Anwar Ali yang mempertanyakan bahwapenataan parkir ditaman alun

Kapuas sampai kini belum terdapat kejelasannya. Kaitan musibah hilangnya satu unit motor milik warga yang diparkir di taman alun Kapuas mesti jadi perhatian pemerintah kota Pontianak. Sebaiknya pemerintah agar pengelolaan perparkiran di kota Pontianak dapat dilakukan dengan segera tempatkan petugas jaga. Begitu juga dengan warga lainnya yang mengeluhkan masalah keamanan Taman Alun Kapuas yang kurang maksimal. Sebagai respon atas kejadian tersebut, sejak 17 September 2019 Pemerintah kota Pontianak telah melakukan pemasangan baliho. Mengenai kehilangan atau kerusakan kendaraan bermotor ditanggung pemilik.

Berita ini menimbulkan citra negatif bagi Pemkot Pontianak dikarenakan keamanan Taman Alun Kapuas yang dilakukan oleh Pemkot Pontianak belum memuaskan. Berita ini menjadi teguran bagi pihak Pemkot Pontianak dalam hal kinerja mereka yang masih belum maksimal.

Gambar 1.2

Contoh Kliping Berita



Sumber: Arsip Pemkot Pontianak 2019

Kliping berita lainnya yaitu hak kelola tidak jelas. Herman Hofi Munawar menyatakan bahwa kelola parkir antara retribusi dan pajak sekarang susah dibedakan, ada beberapa titik yang harusnya pajak parkir namun jadi retribusi. Sementara itu Kepala Dinas Perhubungan Pontianak Utin Srilena Candramidi mengatakan tata kelola parkir didalam area Taman Alun Kapuas merupakan tanggung jawab dari Badan Keuangan Daerah. “kalau kami (Dishub) hanya mengurus parkir tepi jalan umum”. Sekretaris Badan Keuangan Daerah Pontianak Yaya Maulida menuturkan bahwa tata kelola parkir ditaman alun Kapuas bentuknya retribusi parkir tanggung

jawabnya ada di Dishub Pontianak. Warga kota berharap Pemkot Pontianak mesti tegas dalam menentukan mana retribusi dan pajak parkir.

Dari kliping berita tersebut terdapat citra negatif yang dikeluhkan warga kota ke Pemerintah yang seharusnya tegas dalam menentukan pengelolaan dilokasi parkir. Beberapa warga kota mengeluhkan tentang keamanan lokasi taman alun Kapuas seperti adanya jukir liar.

Dari kedua kliping berita tersebut dapat menimbulkan citra negatif bagi Pemkot Pontianak, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai Citra Pemerintah Kota Pontianak Dalam Pemberitaan Surat Kabar Lokal.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Humas

Menurut definisi IPRA dalam Rumanti (2005: 12) *Public Relations* adalah Fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan, jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, penerimaan dan

kerjasama, melibatkan manajemen persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Selanjutnya definisi *Public Relations* menurut W.Emerson Reck dalam Soemirat dan Ardianto (2005:12-13) bahwa *Public relations* merupakan lanjutan dari proses pembuatan kebijaksanaan, pelayanan dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan *goodwill* dari publik. Pembuatan kebijaksanaan, pelayanan dan tindakan untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang menyeluruh.

Dari kedua definisi di atas penulis memahami bahwa dengan

komunikasi, fungsi *Public Relations* dalam menetapkan kepemimpinan manajer dan mengefektifkan serta mengefisienkan upaya pencapaian tujuan organisasi akan menjadi kenyataan. *Public Relations* merupakan lanjutan dari proses pembuatan kebijaksanaan, pelayanan, dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan *goodwill* dari publik.

Jika dikaitkan dengan masalah pokok penelitian, penulis menyimpulkan bahwa hubungan dengan berbagai publik sangat penting untuk selalu dipelihara dan dibina dalam kaitannya dengan kepercayaan publik, khususnya untuk Humas Pemkot Pontianak, selain itu juga Humas Pemkot Pontianak menyampaikan informasi mengenai kebijakan-kebijakan, pelayanan-pelayanan serta tindakan untuk kepentingan terbaik individu atau kelompok agar memperoleh kepercayaan dari publik.

2. Humas Pemerintah

Sam Black dalam bukunya yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy (2009) *Practical Public Relations*, mengklasifikasikan humas menjadi “humas pemerintahan pusat” (*central government*) dan “humas pemerintahan daerah” (*local government*).

a. Hubungan masyarakat pemerintah pusat
Mengenai humas pemerintahan pusat dapat dijelaskan bahwa humas pada departemen-departemen mempunyai dua tugas: pertama, menyebarluaskan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan, perencanaan dan hasil yang telah dicapai; kedua, menerangkan dan mendidik publik mengenai perundang-undangan, peraturan - peraturan, dan hal-hal yang bersangkutan dengan kehidupan rakyat sehari-hari. Selain itu, adalah tugasnya pula menasihati pimpinan departemen dalam hubungannya dengan reaksi atau tanggapan publik terhadap kebijaksanaan yang dijalankan.

Penulis memahami bahwa dari penjelasan Sam Black tersebut,

tampak bahwa humas dalam suatu departemen diberi kedudukan yang cukup tinggi dengan wewenang dan fungsi menasihati pimpinan departemen.

b. Hubungan masyarakat pemerintah daerah

Humas pemerintah daerah pada hakikatnya sama saja dengan humas pemerintah pusat dalam hal pengorganisasian dan mekanisme kerja. Bedanya hanya dalam ruang lingkup misalnya humas di ibu kota Provinsi akan berbeda dengan humas di Kabupaten atau Kotamadya. Di kota-kota besar misalnya, humasnya menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik serta fasilitas-fasilitas publikasi lainnya dalam mencapai khalayaknya. Sebaliknya, di Kabupaten atau Kotamadya karena tidak terdapat media massa, metode dan teknik penyebaran informasi dilakukan dengan media nirmassa, misalnya poster, spanduk atau secara tatap muka dengan penduduk dalam bentuk rapat umum, lokakarya dan sebagainya.

Penulis menyimpulkan bahwa humas terbagi menjadi dua

yaitu hubungan masyarakat pusat dan hubungan masyarakat daerah, dari kedua penjelasan tersebut memiliki kesamaan fungsi bedanya hanya dalam ruang lingkup.

Jika dikaitkan dengan masalah pokok, penulis memfokuskan ruang lingkup Humas pemerintah daerah yaitu Humas Pemkot Pontianak dengan tujuan untuk melihat dalam pengorganisasian dan mekanisme kerja Pemerintah Kota Pontianak.

3. Opini Publik Dalam Pemberitaan

Sulistyaningtyas (2005: 117) menjelaskan media massa bahkan dapat membentuk wacana publik, baik wacana yang dibentuk oleh opini publik itu sendiri melalui media maupun opini yang dibentuk oleh media untuk publik. Bila dikaji secara lebih dalam, maka informasi yang disajikan oleh media bisa saja merupakan representasi, namun dapat juga merupakan interpretasi. Dengan kata lain, media dapat memberikan liputan yang utuh mengenai suatu organisasi sebagaimana cermin yang memantulkan bayangan

sesungguhnya, namun media dapat pula mengkonstruksi realitas sesuai dengan interpretasi media tersebut.

Dengan demikian media massa dapat membentuk wacana publik yang berkaitan dengan Pemerintah Kota Pontianak, baik wacana yang dibentuk oleh opini publik itu sendiri melalui media maupun opini yang dibentuk media untuk publik mengenai semua hal atau permasalahan dalam lingkup Pemkot Pontianak itu sendiri bagi publik atau masyarakat. Oleh karena itu media dapat memberikan liputan yang utuh mengenai Pemkot Pontianak sebagaimana cermin yang memantulkan bayangan sesungguhnya, namun media dapat pula mengkonstruksi realitas sesuai dengan interpretasi media tersebut.

4. Citra

Menurut Soemirat (2005: 113) citra adalah, “Cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktifitas.”

Moore memberikan penjelasan mengenai pengertian arah isu sebagai berikut: Positif, Pasif, dan Negatif. Sikap positif

menyebabkan seseorang beraksi secara menyenangkan orang lain, suatu masalah, suatu kebijaksanaan atau sebuah organisasi. Sikap seseorang terhadap suatu persoalan, seseorang atau sebuah organisasi mungkin pasif secara tuntas sebagai akibatnya orang tersebut tidak akan memiliki opini mengenai persoalan yang mempengaruhi kelompoknya. Sikap mungkin juga negatif, memberi individu suatu opini yang tidak menyenangkan mengenai seseorang, suatu organisasi, atau suatu persoalan. Sikap negatif biasanya diikuti dengan perasaan-perasaan tidak suka atau tidak puas.

Shirley Harrison yang dikutip oleh Rhenald (2003: 28) informasi yang lengkap mengenai citra meliputi empat elemen sebagai berikut:

1. *Personality*

Keseluruhan karakteristik instansi/organisasi yang dipahami publik sasaran seperti instansi pemerintah yang dapat dipercaya, pemerintah yang mempunyai tanggung jawab sosial.

2. *Reputation*

Hal yang telah dilakukan instansi/organisasi dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja dalam pembuatan kebijakan atau peraturan yang dapat di pertanggung jawabkan.

3. *Value*

Nilai-nilai yang dimiliki suatu instansi/organisasi dengan kata lain budaya instansi pemerintah seperti sikap manajemen yang peduli terhadap masyarakat, pegawai yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan masyarakat.

4. *Corporate identity*

Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap instansi seperti logo, warna dan slogan.

Jika dikaitkan dengan masalah pokok penelitian maka definisi kategori Citra Pemkot Pontianak dalam pemberitaan di surat kabar lokal adalah:

a. Positif

Apabila isi pemberitaan tentang Pemkot Pontianak di surat kabar bersifat mendukung, atau menyenangkan.

b. Pasif

Apabila isi pemberitaan tentang Pemkot Pontianak di surat kabar bersifat netral, tidak menilai atau hanya menyampaikan faktanya saja.

c. Negatif

Apabila isi pemberitaan tentang Pemkot Pontianak di surat kabar bersifat tidak mendukung, tidak menyenangkan atau tidak memuaskan.

5. Surat Kabar

Menurut Jefkins yang dikutip oleh Pudjiastuti (2004: 178), “Fungsi surat kabar bagi humas yaitu sebagai media publisitas yang berkaitan dengan pengiriman informasi maupun penerimaan informasi yang ditujukan kepada umum untuk memperoleh respon publik sesuai dengan yang dikehendaki. Diharapkan dapat menjadi rujukan untuk strategi dan solusi penentu bagi praktisi Humas.”

Jika dikaitkan dengan masalah pokok penelitian, maka surat kabar yang penulis teliti yaitu berupa lembaran yang berisi berita dan sebagainya, lalu dicetak dan

terbit secara rutin atau periodik. Surat Kabar yang penulis teliti adalah 15 surat kabar yang di kliping oleh Humas Pemkot Pontianak, tetapi tidak semuanya, karena penulis hanya meneliti dua surat kabar yang rutin memberitakan tentang Pemkot Pontianak yaitu Pontianak Post dan Tribun Pontianak.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif. Kriyantono (2006: 68) Jenis riset ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu. Jenis riset ini digunakan untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel. Jika dikaitkan dengan masalah penelitian, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif, karena penulis ingin mengkaji mengenai Citra Pemerintah Kota Pontianak dalam pemberitaan di surat kabar.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis isi

dengan pendekatan kuantitatif. Eriyanto (2011: 11) mengemukakan bahwa, “Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menggunakan analisis isi. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan dari suatu isi.”

1. Populasi dan Sampel

Menurut Kriyantono (2008: 151), “Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diriset.”

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Populasi berita adalah seluruh pemberitaan terkait Pemkot Pontianak yang bernada positif, negatif, dan netral.
2. Populasi media surat kabar adalah media surat kabar Tribun Pontianak dan Pontianak post yang masing-masing surat kabar memberitakan terkait Pemerintah Kota Pontianak dalam kurun waktu Agustus-

September 2019 yang berjumlah 100 berita.

Prasetyo dan Jannah (2005: 122) menjelaskan mengenai teknik penarikan sampel, yaitu Teknik penarikan sampel probabiliti adalah suatu teknik penarikan sampel yang mendasar diri bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dengan kesempatan yang sama ini, hasil dari suatu penelitian dapat digunakan untuk memprediksi populasi. Teknik penarikan sampel nonprobabiliti adalah suatu teknik penarikan sampel yang mendasarkan pada setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama. Anggota yang satu memiliki kesempatan lebih besar dibandingkan dengan anggota yang lain sehingga hasil dari suatu penelitian yang menggunakan teknik ini tidak dapat digunakan untuk memprediksi populasi.

Sugiyono (2009: 84) menjelaskan, “*Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang

sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball.*”

Menurut Kriyantono (2009: 158), beberapa teknik sampling yang termasuk non probabilitas adalah:

1. *Purposive Sampling* (Sampling Purposif)

Teknik ini mencakup orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dapat dijadikan sampel.

2. *Quota Sampling* (Sampling Kuota)

Teknik ini merupakan teknik menentukan sampel dari populasi yang mempunyai kriteria tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan periset. Dalam teknik ini, periset menentukan jumlah tertentu untuk setiap strata lalu menentukan siapa saja

orang-orang yang memenuhi kriteria dalam jumlah tertentu.

3. *Available Sampling* (Sampel berdasarkan kemudahan)

Pemilihan sampel ini berdasarkan kemudahan data yang dimiliki oleh populasi. Periset bebas memilih siapa saja anggota populasi yang mempunyai data berlimpah dan mudah diperoleh periset.

4. *Accidental Sampling* (Sampling Kebetulan)

Teknik ini adalah memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan sampel. Teknik ini digunakan antara lain karena periset merasa kesulitan untuk memenuhi responden atau karena topik yang diriset adalah persoalan secara umum dimana semua orang mengetahuinya.

5. *Sampling Snowball*

Teknik ini adalah teknik penentuan sampel yang awalnya berjumlah kecil, kemudian berkembang semakin banyak orang yang

dijadikan sampel pertama dan diminta untuk memilih atau menunjukkan orang lain untuk dijadikan sampel lagi, begitu seterusnya sampai jumlahnya banyak lagi.

6. Teknik Sampel dan Sensus

Sensus pada dasarnya sebuah riset survey dimana periset mengambil seluruh anggota populasi sebagian respondennya. Sensus menggunakan total sampling artinya jumlah total populasi yang diriset.

Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* atau sampel berdasarkan tujuan, karena populasi berita adalah seluruh pemberitaan tentang Pemkot Pontianak selama bulan Agustus-September 2019.

Sedangkan populasi surat kabar adalah 20 surat kabar yang di kliping dan masing-masing surat kabar akan diambil secara acak oleh peneliti yang mewakili hari, dan minggu dalam satu bulan, tetapi tidak 20 surat kabar yang peneliti ambil karena peneliti mengambil surat kabar yang mewakili hari, minggu, yang rutin memberitakan

tentang Pemkot Pontianak, yaitu dua surat kabar yang pasti ada pemberitaan tentang Pemkot Pontianak setiap minggunya. Selama 8 minggu penelitian (Agustus – September 2019).

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji kehandalan dari kategorisasi dan definisi kategori yang digunakan pengukuran, maka dalam penelitian ini penulis melakukan uji kategori dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penulis menyiapkan sejumlah 5 berita yang terdapat dalam surat kabar dan tanggal pemberitaan edisi Agustus-September 2019.
2. Berita-berita tersebut dilampirkan pada uraian kategorisasi dan definisi kategori beserta lembar koding untuk pengujian.
3. Pengkategorian terkait berita dilakukan oleh tiga orang juri (koder).
4. Hasil pengkategorian masing-masing juri (koder) kemudian dibandingkan untuk melihat

tingkat kesepakatan dari para juri (pengkoder) yang berbeda, dengan menggunakan instruksi pengkoderan yang sama terhadap serangkaian data yang sama pula.

5. Penulis menggunakan formula Holsti, dengan kategori dianggap reliabel apabila besar nilai kesepakatan minimal 70%.

6. Kemudian untuk memadukan ketiga hasil uji kategori tersebut, digunakan formula Holsti.

Eriyanto (2010, h.290) Formula Holsti:

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan:

M : Jumlah koding yang sama (disetujui masing-masing koder)

N1 : Jumlah koding yang dibuat koder 1

N2 : Jumlah koding yang dibuat koder 2

Berdasarkan pada rumus di atas, penulis melakukan uji kategori kepada tiga orang koder yang masing-masing diberi sampel 5

buah berita dari kategori yang diteliti.

Adapun yang menjadi koder dalam penelitian ini adalah:

1. Drs. H. Lazuardi M.Si (Humas Pemerintah Kota Pontianak)

2. Dea Varanida S.I.Kom.,M.I.Kom. (Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Tanjungpura)

3. Riesala Anvar S.I.Kom(Wartawan Pontianak Post)

Kategori Citra

1. Positif (mendukung, menyenangkan)
2. Pasif (tidak menilai, hanya menyampaikan faktanya saja)
3. Negatif (tidak mendukung, tidak menyenangkan, tidak memuaskan)

Reliabilitas Koding:

a. Coder A – B :

$$\frac{2M}{N1+N2} = \frac{2(13)}{15+15} = \frac{26}{30} = 0,86$$

b. Coder B – C :

$$\frac{2M}{N1+N2} = \frac{2(13)}{15+15} = \frac{26}{30} = 0,86$$

c. Coder A – C :

$$\frac{2M}{N1+N2} = \frac{2(11)}{15+15} = \frac{22}{30} = 0,73$$

d. R Total: $\frac{AB+BC+AC}{3} =$
 $\frac{0,86+0,86+0,73}{3} = \frac{2,45}{3} = 0,81 =$
 81%

Dari hasil perhitungan uji kategori untuk Citra menunjukkan nilai kesepakatan sebesar 0,81 atau 81% yang berarti >0,7. Ketiganya menunjukkan bahwa kategori dan definisi kategori dari citra yang penulis buat layak dan dapat digunakan dalam penelitian.

Kategori Elemen Citra:

1. *Personality* (keseluruhan karakteristik instansi/organisasi yang diapahami publik sasaran seperti instansi Pemerintah yang dapat dipercaya, Pemerintah yang mempunyai tanggung jawab sosial).
2. *Reputation* (hal yang telah dilakukan instansi/organisasi dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja dalam

pembuatan kebijakan atau peraturan yang dapat dipertanggung jawabkan).

3. *Value* (nilai-nilai yang dimiliki suatu instansi/organisasi seperti sikap manajemen yang peduli terhadap masyarakat, pegawai yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan masyarakat).
4. *Corporate Identity* (komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap instansi seperti logo, warna, dan slogan).

Reliabilitas Koding:

a. *Coder A – B :*

$$\frac{2M}{N1+N2} = \frac{2(15)}{20+20} = \frac{30}{40} = 0,75$$

b. *Coder B – C :*

$$\frac{2M}{N1+N2} = \frac{2(15)}{20+20} = \frac{30}{40} = 0,75$$

c. *Coder A – C :*

$$\frac{2M}{N1+N2} = \frac{2(16)}{20+20} = \frac{32}{40} = 0,8$$

d. R Total: $\frac{AB+BC+AC}{3} =$

$$\frac{0,75+0,75+0,8}{3} = \frac{2,3}{3} = 0,76 = 76$$

%Dari hasil perhitungan uji kategori

untuk Elemen Citra menunjukkan nilai kesepakatan sebesar 0,76 atau 76% yang berarti >0,7. Keempatnya menunjukkan bahwa kategori dan

definisi kategori dari elemen citra yang penulis buat layak dan dapat digunakan dalam penelitian.

D. HASIL PENELITIAN

Tabel 5.41
Kesimpulan Analisis Citra Pemerintah Kota Pontianak Dalam Pemberitaan Surat

No	Judul	Kabar Lokal Analisis Berita Surat Kabar									
		Media	Citra			f	Elemen Citra				f
			1	2	3		1	2	3	4	
1	Udara Mulai tak Sehat	1	0	4	1	5	3	0	2	0	5
2	Raperda Pengaturan Wilayah Reklame	1	2	1	0	3	1	0	2	0	3
3	Denda Tibum Mesti Naik	1	1	5	2	8	4	1	3	0	8
4	Rawan Kecelakaan Dishub Tutup Belokan	1	2	4	0	6	3	0	3	0	6
5	Desember SPBU Pontianak Wajib Non Tunai	1	2	4	1	7	3	1	3	0	7
6	Pelabuhan Rentan Polisi Tingkatkan Pola Pengawasan	1	2	4	2	8	5	2	1	0	8
7	Transaksi Nontunai Dimilai Memberatkan Masyarakat Menengah	1	0	4	2	6	1	2	3	0	6
8	Udara Kota Memburuk	1	0	8	2	10	3	2	5	0	10
9	Taman Alun Kapuas Tak Aman	1	1	3	3	7	5	1	1	0	7
10	Administrasi Pendaftaran Online	2	2	5	0	7	5	0	2	0	7
11	Trotoar A Yani Jadi 6 Meter	2	2	5	0	7	5	0	2	0	7
12	Karhutla dan Kekeringan	2	1	6	0	7	1	0	6	0	7
13	Sanksi Tegas Pembakar Lahan	2	0	6	0	6	1	1	4	0	6
14	Tekan Angka Kawasan Kumuh	2	3	5	0	8	4	2	2	0	8
15	Jembatan Penyeberangan	2	3	4	0	7	6	1	0	0	7
16	Material Ganggun Pengendara	2	0	3	2	5	2	2	1	0	5
17	Bantu Tangani Banjir Kota	2	2	5	0	7	1	3	3	0	7
18	Kelola TPA Pro Lingkungan	2	1	5	2	8	4	2	2	0	8
19	PUPR Tegur Pemkot Pontianak	2	2	4	1	7	4	2	1	0	7
20	Belum Siap Pakai Non Tunai	2	1	3	3	7	1	2	4	0	7
Jumlah			27	88	21	136	62	24	50	0	136

Keterangan:

Media:

1. Pontianak Post
2. Tribun Pontianak

Citra:

1. Positif
2. Pasif/Netral
3. Negatif

Elemen Citra:

1. *Personality*
2. *Reputation*
3. *Value*
4. *Corporate Identity*

Dari tabel 41 tersebut, diketahui bahwa citra Pemkot Pontianak dalam pemberitaan yaitu, citra pasif/netral sebanyak 88 paragraf, citra negatif sebanyak 21 paragraf, dan citra positif sebanyak 27 paragraf. Sebagian besar (64,7%) citra Pemkot Pontianak dalam pemberitaan dua surat kabar yaitu Pontianak Post dan Tribun Pontianak adalah pasif/netral, karena dalam pemberitaan tersebut umumnya hanya menyampaikan informasi atau berita berdasarkan fakta tentang kinerja Pemkot Pontianak.

Selanjutnya elemen citra dalam pemberitaan Pemkot Pontianak yaitu personality sebanyak 62 paragraf, reputation 24 paragraf, value 50 paragraf, dan corporate identity 0 paragraf. Kecenderungan (45,5%) elemen citra yang terdapat di pemberitaan surat kabar Pontianak Post dan Tribun Pontianak yaitu personality, karena pemberitaan dari ke-dua surat kabar tersebut menggambarkan informasi berkaitan dengan kinerja dan upaya yang dilakukan oleh Pemkot

Pontianak dalam mengembangkan program yang sedang dilakukan.

1. Pembahasan

Noelle yang dikutip oleh Arifin (2010: 152) membuktikan bahwa Persepsi dan citra khalayak tetap dipengaruhi oleh media massa khususnya baik langsung maupun tidak langsung. Kemampuan media massa dalam pencitraan dan pembentukan opini publik didukung oleh adanya faktor “serba nadir” (*ubiquity*) yaitu media massa berada dimana-mana dan sulit dihindari oleh khalayak, sehingga media massa mampu mendominasi lingkungan informasi.

Bila dikaitkan dengan masalah pokok penelitian maka persepsi dan citra khalayak tetap dipengaruhi oleh media massa baik itu langsung maupun tidak langsung. Kemampuan media massa dalam pencitraan dan pemebentukan opini publik didukung oleh adanya faktor “serba nadir” yaitu media massa berada dimana-mana dan sulit dihindari oleh khalayak, Maka pemberitaan di media massa bisa mendominasi informasi. Dengan

kata lain pemberitaan tentang Pemkot Pontianak di media massa dapat mempengaruhi pencitraannya.

Shirley Harrison yang dikutip oleh Rhenald (2003: 28) informasi yang lengkap mengenai citra meliputi empat elemen sebagai berikut:

1. *Personality*

Keseluruhan karakteristik instansi/organisasi yang dipahami publik sasaran seperti instansi pemerintah yang dapat dipercaya, pemerintah yang mempunyai tanggung jawab sosial.

2. *Reputation*

Hal yang telah dilakukan instansi/organisasi dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja dalam pembuatan kebijakan atau peraturan yang dapat di pertanggung jawabkan.

3. *Value*

Nilai-nilai yang dimiliki suatu instansi/organisasi dengan kata lain budaya instansi pemerintah seperti sikap manajemen yang peduli terhadap masyarakat,

pegawai yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan masyarakat.

4. *Corporate identity*

Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap instansi seperti logo, warna dan slogan.

Jika penulis kaitkan dan simpulkan hasil penelitian tersebut maka, Pemkot Pontianak mendapatkan citra netral dari surat kabar. Dimana beberapa surat kabar yang sering memberitakan Pemkot Pontianak seperti Tribun Pontianak dan Pontianak Post bersifat menyampaikan faktanya saja/tidak menilai.

Moore yang dikutip oleh Ardianto (2010: 113) memberikan penjelasan mengenai pengertian arah isu sebagai berikut: Positif, Pasif, dan Negatif. Sikap positif menyebabkan seseorang beraksi secara menyenangkan orang lain, suatu masalah, suatu kebijaksanaan atau sebuah organisasi. Sikap seseorang terhadap suatu persoalan, seseorang atau sebuah organisasi mungkin pasif secara tuntas sebagai akibatnya orang tersebut tidak akan

memiliki opini mengenai persoalan yang mempengaruhi kelompoknya. Sikap mungkin juga negatif, memberi individu suatu opini yang tidak menyenangkan mengenai seseorang, suatu organisasi, atau suatu persoalan. Sikap negatif biasanya diikuti dengan perasaan-perasaan tidak suka atau tidak puas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Pemkot Pontianak berdasarkan surat kabar yang peneliti analisis yaitu citra pasif/netral sebanyak (64,7%), Dimana isi pemberitaan tentang Pemkot Pontianak di surat kabar bersifat tidak menilai/hanya menyampaikan faktanya saja mengenai kinerja Pemkot Pontianak. Sedangkan hasil penelitian elemen citra yang ada adalah *personality*, Karena dari kedua surat kabar tersebut menggambarkan kinerja dan upaya yang dilakukan oleh Pemkot Pontianak dalam membangun program yang sedang dilakukan.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Hasil penelitian menyatakan

bahwa Citra Pemkot Pontianak dalam pemberitaan di media cetak berbeda-beda dalam benak pembaca ketika mereka membaca suatu berita berdasarkan apa yang ditampilkan oleh media. Citra yang terbentuk dalam sebuah surat kabar berdasarkan apa yang dilakukan oleh Pemkot Pontianak, baik itu program maupun kebijakan.

Citra Pemkot Pontianak dalam pemberitaan yaitu citra pasif/netral sebanyak 88 paragraf, citra negatif sebanyak 21 paragraf, dan citra positif sebanyak 27 paragraf. Sebagian besar (64,7%), citra Pemkot Pontianak dalam pemberitaan dua surat kabar yaitu Pontianak Post dan Tribun Pontianak, karena dalam pemberitaan tersebut umumnya hanya menyampaikan informasi atau berita berdasarkan fakta tentang kinerja Pemkot Pontianak.

Selanjutnya ditemukan elemen citra dalam pemberitaan tentang Pemkot Pontianak yaitu *personality* sebanyak 62 paragraf, *reputation* 24 paragraf, *value* 50 paragraf, dan *corporate identity* 0

paragraf. Elemen citra yang terbanyak di temukan di pemberitaan surat kabar Pontianak Post dan Tribun Pontianak yaitu 45,5% *personality*, karena pemberitaan dari kedua surat kabar tersebut menggambarkan informasi berkaitan dengan kinerja dan upaya yang dilakukan oleh Pemkot Pontianak dalam mengembangkan program yang sedang dilakukan.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian ini citra yang terbentuk dalam pemberitaan surat kabar lokal tentang Pemkot Pontianak yaitu pasif/netral. Hal ini terjadi karena Surat kabar lebih banyak memberitakan tentang Pemkot Pontianak berupa penyampaian informasi sesuai fakta mengenai kinerja Pemkot Pontianak.

Elemen citra yang menonjol dalam pemberitaan di surat kabar lokal tentang Pemkot Pontianak adalah *personality*. Karena pemberitaan kedua surat kabar tersebut menggambarkan kinerja dan upaya yang dilakukan oleh Pemkot Pontianak dalam membangun

program yang sedang dilakukan.

2. Saran

1. Humas Pemkot Pontianak dapat terus meningkatkan Sumber Daya Manusia agar lebih produktif dalam rangka membangun Kota Pontianak yang lebih baik lagi.
2. Humas Pemkot Pontianak berusaha untuk meningkatkan kinerja/program yang telah dilaksanakan sehingga tercipta pemberitaan yang positif di media massa.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2008. *Opini Publik*. Jakarta: Fikom UPI
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Prenada Media
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.

Jakarta: Prenada Media
Group

Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: PT Grasindo

Putra, R. Masri Sareb 2007. *Media Cetak, Bagaimana Merancang dan Memproduksi*. Yogyakarta: Graha Ilmu dan UIEU-University Press

Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar-dasar Public Relations, Teori dan praktik*. Jakarta: PT.Gramedia Widiasarana Indonesia

Ruslan. Rosady. 2006. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*.