BAB II
PAPAN KORAN KOTA BANDUNG

II.1. Pengertian dan Sejarah Papan Koran

Seorang praktis media dan *trainer* komunikasi praktis, Asep Syamsul dalam situs www.romeltamedia.com, menjelaskan mengenai *Acta Diurna* sebuah Koran Pertama di Dunia. Istilah*Acta Diurna* bisa dipastikan selalu muncul dalam buku-buku jurnalistik, khususnya dalam membahas sejarah dan pengertian jurnalistik. *Acta Diurna* disebut-sebut sebagai momentum sejarah kelahiran surat kabar atau media massa di dunia. *Acra Diurna* menjadi koran pertama di dunia.Bahkan, dari kata Acta Diurna inilah istilah "jurnalistik" lahir, yakni dari "diurna", "diurnalis", "journal", "*journalistic*".

Acra Diurna adalah istilah Latin. Dalam bahasa Inggris disebut *Daily Acts* (kegiatan sehari-hari) yang kadang diterjemahkan menjadi "*Daily Public Records*" (rekaman publik sehari-hari).



Gambar II.1 Acta Diurna

(Sumber : www.romelteamedia.com, Mei 2014)

Acta Diurna tak lain adalah sebutan bagi media publikasi zaman Romawi Kuno pada masa kekaisaran Julius Cesar. Media publikasi semacam "papan pengumuman" (*message boards*) atau "majalah diding" (mading) ini berisi catatan resmi Kerajaan Romawi (*Roman official notes*).Isi "naskah/teks" *Acta*, *Diurna*,

Acta Popidi, atau *Acta Publica* ini berupa tulisan yang diukur pada batu atau logam dan dipasang di tempat-tempat umum seperti Forum of Rome.



Gambar II.2Graffiti kit

(Sumber : www.romelteamedia.com, Mei 2014)

Bentuk pertama Acta muncul sekitar tahun 131 SM masa pemerintahan Republik Romawi . Semula Acta Diurna hanya berisi pengumuman resmi seperti dekrit kerajaan, kebijakan senator, dan acara pengadilan, lalu diperluas menjadi berisi pemberitahuan publik dan pengumuman dan informasi penting lainnya, seperti kelahiran, pernikahan, dan kematian.

Bentuk lain dari *Acta* adalah pemberitahuan hukum, kota, dan militer. *Acta Senatus*hasil rapat para senator awalnya dirahasiakan hingga dibuka untuk publik pada masa Julius Caesar pada 59 SM.

Atas kebijakannya itu (publikasi *Acra Diurna* untuk umum), Julius Caesar pun dijuluki “Bapak Pers Dunia” atau setidaknya dianggap sebagai “pelopor jurnalistik dan media”.Publikasi *Acta Diurna* berhenti ketika kursi kaisar dipindahkan ke Konstantinopel. Para kaisar Romawi kemudian menyensor ketat dan kadang-kadang tidak mempublikasikannya. Disahkan izin khusus untuk melihatnya.

II.2. Papan Koran (Harian Pikiran Rakyat)

Papan Koran kota Bandung itu sendiri berdiri seiring dengan didirikannya kantor Pikiran Rakyat itu ada.Sejarah harian Pikiran Rakyat berawal pada kisaran bulan Januari 1973 di Bandung.

Sejumlah wartawan kota Kembang harus kehilangan pekerjaan karena surat kabar N.V. bernama Pikiran Rakyat tempat mereka bekerja harus berhenti terbit. Koran yang pertama kali terbit pada 30 Mei 1950 itu harus berhenti terbit karena terlambat memenuhi ketentuan peraturan pada saat itu yang mengharuskan setiap surat kabar untuk berafiliasi dengan salah satu kekuatan politik atau memilih bergabung dengan koran yang ditentukan oleh Departemen Penerangan. Sebuah regulasi yang aneh memang jika dilihat pada masa ini.

Karena harus berhenti terbit dikarenakan faktor non teknis tersebut, muncullah "dorongan" dari Panglima Kodam (Pangdam) Siliwangi (Ibrahim Adjie saat itu) kepada para wartawan yang kehilangan pekerjaan itu (diwakili oleh Sakti Alamsyah dan Atang Ruswita) untuk menerbitkan Koran Angkatan Bersenjata edisi Jawa Barat yang berafiliasi dengan Harian Umum Angkatan Bersenjata yang terbit di Jakarta. Para wartawan itu pun berhasil menerbitkan koran perdana pada 24 Maret 1966 yang bertepatan dengan peringatan ke-20 peristiwa Bandung Lautan Api.

Hampir setahun koran Angkatan Bersenjata edisi Jawa Barat eksis, Menteri Penerangan justru mencabut peraturan tentang keharusan bagi koran untuk berafiliasi dengan kekuatan politik. Panglima Kodam III Siliwangi pada saat itu pun kemudian menerbitkan Surat Keputusan Papelrada tentang pelepasan afiliasi Harian "Angkatan Bersenjata Edisi Jawa Barat" dari Harian "Angkatan Bersenjata Pusat" sekaligus melepas sepenuhnya dari ketergantungan Kodam III Siliwangi. Akibat pelepasan afiliasi ini menjadikan harian Angkatan Bersenjata edisi Jawa Barat pun berganti nama menjadi Harian Umum Pikiran Rakyat sejak 24 Maret 1967 sampai sekarang.

Menurut hasil observasi lapangan, denganberdasarkan beberapa narasumber dari pihak terkait dapat disimpulkan bahwa Papan Koran adalah media informasi cetak yang menempel di papan, yang memfasilitasi publik untuk membaca dan mengetahui informasi apa saja yang sedang terjadi saat ini. Papan itu sendiri adalah tempat di mana koran yang di tempel di papan atau kaca sesuai dengan bentuk Papan Koran, bentuknya memanjang dan terdiri beberapa papan baca yang tidak memiliki kursi, tujuannya untuk tidak berlama-lama membaca Papan Koran.



Gambar II.3 Papan Koran Pikiran Rakyat(Sumber : Pribadi, April 2014)

Media cetak atau koran adalah suatu dokumen atas segala hal yang di katakan orang lain dan rekaman peristiwa yang di tangkap oleh sang jurnalis dan di ubah menjadi lembaran dengan sejumlah kata gambar, atau foto, dalam tata warna dan halaman putih.

Koran dalam bentuk media cetak merupakan salah satu bentuk media massa yang sudah ada sejak beratus tahun lalu, dan menjadi bagian dari masyarakat menurut Triwibawani Mariningsih (2013). Koran berfungsi sebagai media informasi dan sarana edukasi bagi masyarakat. Informasi yang dihasilkan dari koran bisa dipergunakan sebagai sarana untuk pengambilan keputusan. Koran juga berfungsi sebagai sarana pengawas atas tindakan korupsi dan hal-hal buruk lainnya yang mungkin terjadi.

Berdasarkan studi kasus dari Pikiran Rakyat bahwa Papan Koran di kota Bandung di pelopori oleh redaksi Pikiran Rakyat, media Papan Koran ini masih di pertahankan sampai saat ini, namun populeritas nya masih kurang di ketahui oleh masyarakat kota Bandung. Papan Koran sendiri banyak di temukan di kota-kota besar lainnya dan salah satunya di yogyakarta, solo dan lain-lain. Menurut sejarah Papan Koran di Bandung, pada tahun 1973 bertepatan dengan muncul nya koran Pikiran Rakyat maka media Papan Koran ini muncul dengan tujuan :

Menurut Ricky Primansyah (2014) marketing *communikation* Pikiran Rakyat tujuan dari Papan Koran baca adalah :

> Untuk membangun eksisitensi dan promosi di sebuah berita dalam melayani masyarakat secara publik. Melayani masyarakat dengan

tujuan memberi infomasi berita secar aktual dengan gratis, dan orang yang membaca tidak perlu kesulitan mengakses internet.Membangun sebuah silaturahim baru dalam mencari informasi di tempat umum dan mempertahankan budaya membaca.

Kutipan di atas memberi suatu kontribusi yang memberi nilai positif di kalangan masyarakat Bandung, dengan media ini adanya suatu nilai budaya masyarakat 1yang perlu kita pertahankan dan terus di kembangkan. Masyarakat kurang mamapu juga tidak ketinggalan informasi berita dan membantu mereka dalam memperoleh wawasan baru yang berkembangan di masyarakat.
Sesuai dengan aspek Pikiran Rakyat Bandung yaitu:

A. Visi

Harian Umum Pikiran Rakyat dilahirkan untuk menjadi tuan rumah yang dominan di Jawa Barat. HU Pikiran Rakyat dikelola oleh generasi terbaik di zamannya, maka dari itu, HU Pikiran Rakyat akan terus maju, tumbuh dan berkembang baik sebagai institusi sosial maupun bisnis.

B. Misi

Harian Umum Pikiran Rakyat dilahirkan untuk berperan serta dalam pembangunan bangsa dan negara khususnya pembangunan di wilayah Jawa Barat juga termasuk pembangunan kualitas manusianya yang mencakup :

- Kualitas keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta ketaatannya dalam melaksanakan segala perintahNya dan menjauhi laranganNya.
- Kualitas pemahaman dan penghayatan atas nilai-nilai Pancasila serta diamalkan dalam kehidupan bermasyarakat.
- Kualitas kehidupannya secara materil, serta memiliki etos kerja yang berupaya untuk mewujudkannya.
- Kualitas pemahaman dan penghayatan atas kewajiban-kewajiban dan hak-haknya sebagai warga negara.
- Kualitas wawasan, pengetahuan, dan keterampilan serta moral yang jujur, adil, terpercaya, dan percaya diri.

C. Pelaksanaan Misi

Pikiran Rakyat dalam menjalankan Misi mempunyai peranan yaitu :

- Sebagai penyalur aspirasi masyarakat yang gigih serta menjadi penyejuk dan penenang masyarakat dalam menyampaikan aspirasinya.
- Sebagai penyebar dan sumber informasi yang terpercaya dan berguna, oleh karena itu berita-berita menerapkan prinsip akurat.
- Sebagai media komunikasi yang efektif dan efisien antara pemerintah dengan masyarakat, antar instansi pemerintah, serta antar kelompok-kelompok sosial masyarakat.
- Sebagai sarana kontrol sosial yang efektif, oleh karena itu objektif dan proporsional dengan berpegang teguh pada filosofi Sunda, *silih asah, silih asih, jeung silih asuh.*
- HU Pikiran Rakyat memanfaatkan secara optimal kemerdekaan Pers dan memegang prinsip terlaksananya berbagai fungsi dan misi dalam rangka pengabdian terhadap masyarakat, bangsa dan negara.
- HU Pikiran Rakyat berani menentukan sikap atau pilihan dalam kebebasannya.
- Kritis dan berpegang teguh pada norma dank ode etik jurnalistik.
- Transparan, tampil berani,dan bijak dalam mempertimbangkan layak atau tidaknya sebuah berita, artikel, foto atau gambar yang akan disajikan.
- HU Pikiran Rakyat harus menjadi surat kabar yang religious dalam arti segala sesuatu pemilihan, pemuatan, dan penyajian berita-berita dilakukan senantiasa dilandasi ajaran agama yang melarang fitnah, mengadu domba dan menimbulkan perpecahan.
- HU Pikiran Rakyat harus menjadikan dirinya sebagai surat kabar yang dibanggakan dan dipenulisngi oleh masyarakat Jawa Barat.

D. Tujuan PT. Pikiran Rakyat Bandung

PT. Pikiran Rakyat Bandung sebagai perusahaan yang bergerak di bidang persuratkabaran, mempunyai tujuan spesifik,yaitu :

- Mengukuhkan eksistensi Pikiran Rakyat di Jawa Barat,
- Meningkatkan volume penjualan di setiap wilayah,
- Menambah volume pelanggan di setiap wilayah,
- Membentuk loyalitas pembaca di setiap wilayah,
- Menumbuhkan minat baca,
- Meningkatkan jumlah pembaca,
- Meningkatkan citra perusahaan,
- Meningkatkan *brand awareness* perusahaan,
- Membentuk pasar masa depan,
- Membina pembaca masa depan,
- Menumbuhkan citra dan produk yang menyebar dan mengakar di Jawa Barat.

Adapun tujuan PT.Pikiran Rakyat Bandung yang mencakup aspek ideal dan komersial, yaitu:

- Aspek ideal, menyangkut hubungan dalam mensukseskan program pembangunan nasional menuju masyarakat adil dan makmur. Hal ini sesuai dengan fungsi perusahaan nasional yaitu menyebarluaskan informasi, melakukan kontrol sosial, menyalurkan aspirasi rakyat dan menggerakkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan nasional.
- Aspek komersial mencakup hal-hal komersil dari kegiatan perusahaan, seperti penjualan surat kabar/koran dan periklanan.

Papan Koran sendiri banyak di temukan di kota-kota besar lainnya dan di setiap tempat memiliki mempunyai nama masing-masing, salah satunya seperti di Solo dan di Yogyakarta, beda hal nya Papan Koran yang ada di kota Bandung, salah satunya di depan kantor Pikiran Rakyat, setiap harinya koran baru dipasang semua halaman setelah kantor itu di buka, pemintaanya sangat banyak terlihat dari beberapa kendaraan yang parkir di depan.



Gambar II.4 Papan Koran kota Bandung
(Dokumen Pribadi, 2013)



Gambar II.5. Parkiran Redaksi Pikiran Rakyat
(Dokumen Pribadi, 2013)

II.3. Papan Koran dan Beberapa Hasil Pengamatan yang Berkaitan

Papan Koran adalah sebuah media informasi gratis yang diakses secara manual yang berbentuk media cetak. Walaupun berbentuk media cetak, namun Papan Koran ini masih banyak diminati oleh beberapa kalangan masyarakat yang sudah terbiasa dan membutuhkan informasi yang ada didalamnya. Papan Koran memiliki beberapa keterkaitannya dengan beberapa hal disekitarnya.

II.3.1. Kota Bandung

Berdasarkan data yang didapatkan pada situs duniabaca.com, kota Bandung merupakan kota terpadat di Jawa Barat, di mana penduduknya didominasi oleh etnis Sunda, sedangkan etnis Jawa merupakan penduduk minoritas terbesar di kota ini dibandingkan etnis lainnya.

Pertambahan penduduk kota Bandung awalnya berkaitan erat dengan ada sarana transportasi Kereta api yang dibangun sekitar tahun 1880 yang menghubungkan kota ini dengan Jakarta (sebelumnya bernama Batavia). Pada tahun 1941 tercatat sebanyak 226.877 jiwa jumlah penduduk kota ini kemudian setelah peristiwa yang dikenal dengan Long March Siliwangi, penduduk kota ini kembali bertambah dimana pada tahun 1950 tercatat jumlah penduduknya sebanyak 644.475 jiwa.

II.3.1. Pariwisata dan Budaya Kota Bandung

Sejak dibukanya Jalan Tol Padaleunyi, kota Bandung telah menjadi tujuan utama dalam menikmati liburan akhir pekan terutama dari masyarakat yang berasal dari Jakarta sekitarnya. Selain menjadi kota wisata belanja, kota Bandung juga dikenal dengan sejumlah besar

bangunan lama berarsitektur peninggalan Belanda, diantaranya Gedung Sate sekarang berfungsi sebagai kantor pemerintah provinsi Jawa Barat, Gedung Pakuan yang sekarang menjadi tempat tinggal resmi gubernur provinsi Jawa Barat, Gedung Dwi Warna atau *Indische Pensioenfonds* sekarang digunakan oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia untuk Kantor Wilayah XII Ditjen Pembendaharaan Bandung, Villa Isola sekarang digunakan Universitas Pendidikan Indonesia, Stasiun Hall atau Stasiun Bandung dan Gedung Kantor Pos Besar kota Bandung.

Kota Bandung juga memiliki beberapa ruang publik seni seperti museum, gedung pertunjukan dan galeri diantaranya Gedung Merdeka, tempat berlangsungnya Konferensi Tingkat Tinggi Asia-Afrika pada tahun 1955, Museum Sri Baduga, yang didirikan pada tahun 1974 dengan menggunakan bangunan lama bekas Kawedanan Tegallega, Museum Geologi Bandung, Museum Wangsit Mandala Siliwangi, Museum Barli, Gedung Yayasan Pusat Kebudayaan, Gedung Indonesia Menggugat dahulunya menjadi tempat Ir. Soekarno menyampaikan pledoinya yang fenomenal (Indonesia Menggugat) pada masa penjajahan Belanda, Taman Budaya Jawa Barat (TBJB) dan Rumentang Siang.

Kota ini memiliki beberapa kawasan yang menjadi taman kota, selain berfungsi sebagai paru-paru kota juga menjadi tempat rekreasi bagi masyarakat di kota ini. Kebun Binatang Bandung merupakan salah satu kawasan wisata yang sangat minati oleh masyarakat terutama pada saat hari minggu maupun libur sekolah, kebun binatang ini diresmikan pada tahun 1933 oleh pemerintah kolonial Hindia-Belanda dan sekarang dikelola oleh Yayasan Margasatwa Tamansari. Selain itu beberapa kawasan wisata lain termasuk pusat perbelanjaan maupun factory outlet juga tersebar di kota ini diantaranya, di kawasan Jalan Braga, kawasan Cihampelas, Cibaduyut dengan pengrajin sepatunya dan Cigondewah dengan pedagang tekstilnya. Puluhan pusat perbelanjaan sudah tersebar di kota Bandung, beberapa di antaranya Istana Plaza Bandung, Bandung

Supermal, Cihampelas Walk, Paris Van Java Mall, dan Bandung Indah Plaza.

Sementara beberapa kawasan pasar tradisional yang cukup terkenal di kota ini diantaranya Pasar Baru, Pasar Gedebage dan Pasar Andir. Potensi kuliner khususnya tutug oncom, serabi, pepes, dan colenak juga terus berkembang di kota ini. Selain itu Cireng juga telah menjadi sajian makanan khas Bandung, sementara Peuyeum sejenis tapai yang dibuat dari singkong yang difermentasi, secara luas juga dikenal oleh masyarakat di pulau Jawa.

Kota Bandung dikenal juga dengan kota yang penuh dengan kenangan sejarah perjuangan rakyat Indonesia pada umumnya, beberapa monumen telah didirikan dalam memperingati beberapa peristiwa sejarah tersebut, diantaranya Monumen Perjuangan Jawa Barat, Monumen Bandung Lautan Api, Monumen Penjara Banceuy, Monumen Kereta Api dan Taman Makam Pahlawan Cikutra.

II.3.2. Ruang Publik

Konsep *publicsphere* pada awalnya bermula dari sebuah esai Jurgen Habermas pada tahun 1962 berjudul *TheStructural Transformation of The Public Sphere*. Dalam esai tersebut, Habermas melihat perkembangan wilayah sosial yang bebas dari sensor dan dominasi. Wilayah itu disebutnya sebagai "*publicsphere*", yakni semua wilayah yang memungkinkan kehidupan sosial kita untuk membentuk opini publik yang relatif bebas. Ini merupakan sejarah praktek sosial, politik dan budaya yakni praktek pertukaran pandangan yang terbuka dan diskusi mengenai masalah-masalah kepentingan sosial umum. Penekanannya mengenai pembentukan kepekaan (*senseofpublic*), sebagai praktik sosial yang melekat secara budaya. Orang-orang yang terlibat di dalam percakapan public sphere adalah orang-orang privat bukan orang dengan kepentingan bisnis atau profesional bukan pula pejabat atau politikus (Heryanto,2007).

Ruang publik yang dipahami Habermas bukanlah prinsip yang abstrak melainkan sebuah konsep yang praktis, tepatnya *culturally-embeddedsocialpractice*. Habermas mengangkat obrolan di *coffe house* (Inggris) abad 18, salon (Prancis) dan *tichgesllschaften* (Jerman) sebagai ruang publik. Disitulah forum yang ideal tempat berbagai gagasan didiskusikan secara terbuka. Komentar-komentar yang ada dalam berbagai pemberitaan diperdebatkan. Pada akhirnya, opini yang tercipta mampu mengubah berbagai bentuk hubungan dan struktur sosial kemasyarakatan baik di kalangan kaum aristrokrasi maupun lingkungan bisnis pada umumnya. Ruang publik seperti ini menurut Granham, bertujuan membebaskan diri dari pengaruh kekuasaan gereja maupun negara (Heryanto, 2007).

Ruang publik (*publicsphere*), menurut Habermas (1993), adalah arena yang berada didalam komunitas ekonomi dan negara. Di ruang itu, publik bisa menjalankan diskusi rasional, membentuk opini , serta melakukan pengawasan terhadap pemerintah. Dari konsep tersebut tersirat adanya pengawasan publik melalui sebuah ruang publik, seperti media massa dan forum diskusi, yang relatif berada diluar jangkauan intervensi pemerintah ataupun penetrasi kepentingan ekonomi pasar. Dalam konteks yang lebih umum dan sederhana, ruang publik merupakan wilayah yang bebas dari dominasi negara, tempat publik berpartisipasi dalam debat publik berdasarkan prinsip kebersamaan (Hidayat, 2002).

II.3.2.2. Tipe-Tipe Ruang Publik

Kita dapat memakai hasil analisis Habermas untuk membedakan dua tipe ruang publik politis dalam masyarakat kita (Hardiman, 2008).Tipe pertama-sebut saja "ruang publik autentik"-adalah ruang publik yang terdiri atas proses komunikasi yang diselenggarakan oleh institusi nonformal yang mengorganisasikan dirinya sendiri. Komunikasi di sini terjalin secara horizontal, inklusif, dan diskursif. Para aktor dalam tipe pertama ini berasal dari publik itu sendiri, hidup dari kekuatan mereka sendiri, dan berpartisipasi dalam diseminasi, multiplikasi, dan proteksi ruang publik.

Gerakan mahasiswa yang mendorong reformasi adalah contoh tipe pertama ini. Dalam gerakan inilah kita menyaksikan lahirnya ruang publik politis di negeri kita.Para aktor ruang publik autentik memiliki kepekaan atas bahaya-bahaya yang mengancam hak-hak komunikasi kita sebagai warga negara dan menentang setiap upaya merepresi kelompok-kelompok minoritas dan marjinal. Perkembangan ruang autentik ini akan banyak ditentukan oleh *civiccourage* dan *civicfriendship* yang tumbuh di antara warga negara. Ini tampak, misalnya, dalam keberanian sebuah media menyiarkan, menerbitkan, atau menayangkan berita yang menjadi hak publik untuk mengetahuinya, tetapi menohok kepentingan pemodal ataupun birokrasi: dalam gerakan pemberantasan korupsi misalnya. Multiplikasi aktor ataupun lembaga yang memiliki *civicvirtues* seperti ini merupakan syarat pembentukan ruang publik autentik.

Tipe kedua-"ruang publik tak autentik"– adalah kekuatan pengaruh atas keputusan para pemilih, konsumen, dan klien untuk memobilisasi loyalitas, daya beli, dan perilaku mereka lewat media massa. Berbeda dari yang pertama, para aktor di sini hanya "memakai" ruang publik yang sudah ada dengan bantuan sumber-sumber dari luar mereka, yakni uang dan kuasa. Partai politik dan asosiasi bisnis dalam masyarakat kita tercakup dalam tipe kedua ini. Ruang publik macam inilah yang dominan di dalam masyarakat yang menjalankan kesehariannya.

AS Hikam (1999:201) memberikan padanan pada ruang publik sebagai wilayah publik (*publicsphere*) yang bisa diartikan wilayah dimana masyarakat sebagai warga negara memiliki akses penuh terhadap setiap kegiatan publik. Warga negara berhak melakukan kegiatan secara merdeka dalam menyampaikan pendapat, berserikat, berkumpul, serta menyiarkan penerbitan yang berkaitan dengan kepentingan umum. Habermas memasukkan dalam wilayah publik ini media massa, sekolah, gedung-gedung, pertemuan umum parlemen dan lain-lain.

Ruang publik menurut Calhoun (2005:4) diartikan sebagai kapasitas/kesanggupan warga negara untuk berkomunikasi dengan satu dengan lainnya berupa pendidikan, wilayah publik secara fisik, mendapatkan

akses terhadap informasi yang mereka butuhkan . Terpenting adalah dapat membuat pilihan yang demokratis, persamaan dalam menyelesaikan masalah publik, kebebasan membuat perjanjian/ persetujuan dengan pihak lain, membentuk gerakan-gerakan sosial, terlibat dalam kebijakan publik.

Terminologi ruang publik sebenarnya berbicara tentang seluruh isu-isu tersebut serta hubungan antar isu tersebut. Ruang publik berada pada wilayah (space) komunikasi, rangkaian pembicaraan/ percakapan dan perdebatan banyak orang. Ia juga sebagai ukuran/dimensi penting dari masyarakat sipil. Masyarakat sipil tanpa ruang publik yang kuat menyebabkan kurangnya kesempatan rakyat berpartisipasi secara kolektif walaupun menyangkut isu-isu kebijakan yang spesifik. Ruang publik juga berfungsi sebagai perantara integrasi sosial, bentuk solidaritas sosial, serta arena debat masyarakat. Rakyat bersatu tidak hanya berdasarkan kesamaan budaya, tetapi disebabkan oleh adanya kesempatan mendiskusikan sebuah isu dengan sesama mereka ,walaupun ada perbedaan diantara mereka.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah tertulis sebelumnya, penulis mencoba menggabungkan pengertian dari ruang publik sebagai tempat kehidupan sosial warga negara untuk berinterakasi satu sama lain melalui prinsip demokrasi untuk kepentingan bersama. Ruang gerak masyarakat tanpa diintervensi oleh negara bahkan mampu untuk mengawasi keberadaan negara. Apabila Habermas mencontohkan kafe, salon dan tempat umum sebagai contoh, maka diabad millenium saat ini pengertian ruang publik semakin luas, tidak hanya ’ruang’ dalam arti fisik yang dapat berinteraksi secara langsung. Merambah juga ruang non- fisik, seperti media massa; televisi, radio dan koran, bahkan internet dan *handphone* telah masuk kedalam pengertian yang baru.

II.3.3. Hubungan antara Ruang Publik dan Papan Koran

Ruang publik adalah lingkungan disekitar yang bersinggungan langsung dengan masyarakat yang luas. Keberadaan Papan Koran di sekitar halaman kantor Pikiran Rakyat adalah lokasi saat ini, tempat yang memfasilitasi mereka untuk mengakses informasi secara gratis dan mudah. Namun dengan keterbatasan

tempat yang ada, terkadang membuat orang orang yang datang, seringkali memparkirkan kendaraan mereka sembarangan sehingga mengganggu kenyamanan ruang publik yang ada.

Melihat perkembangan ruang publik yang sedang berusaha diwujudkan pemerintahan kota Bandung saat ini, merupakan sebuah pembangunan yang baik dalam rangka meningkatkan ruang terbuka yang nyaman yang akan berpengaruh terhadap *people index happiness*. Maka Papan Koran juga dapat masuk dan berdampingan dengan ruang publik dalan rangka mewujudkan situasi kondisif dimana masyarakat tidak hanya menikmati kenyamanan ruang publik, tapi juga dapat sekaligus mendapatkan informasi yang disediakan oleh Papan Koran.

Namun dengan penyebaran yang bersifat *general* di kota Bandung, makan desain dari Papan Koran ini juga harus dapat terlihat menarik dan mewakili citra ataupun identitas yang dimiliki oleh kota Bandung. Sehingga desain dari Papan Koran tersebut haruslah menampilkan beberapa ikon yang menjadi ciri khas kota Bandung, baik itu yang berbentuk fisik terlihat ataupun berbentuk non-fisik yang biasanya berkaitan dengan kegiatan ataupun rutinitas positif khas kota Bandung.

II.4. Solusi

Berdasarkan kriteria di atas dapat di simpulkan bahwa media ini di tempatkan berdampingan dengan ruang publik kota Bandung yang berpotensi memberi ruang infomasi baru yang bermanfaat, dalam rangka memberi informasi yang mencakup ke seluruh kalangan masyarakat. Desain Papan Koran yang sederhana dan rentan tangan-tangan jahil juga menjadikannya memerlukan sebuah perancangan yang lebih baik dan efektif dalam rangka memenuhi dan menyesuaikan perkembangan yang ada di masyarakat pada umumnya.

Adanya ruang tebuka yang cukup untuk memberi sebuah kenyamanan dan keamanan pada saat membaca, masyarakat diharapkan akan memiliki ketertarikan dan punya motivasi baru dalam mengakses serta informasi berita. Perkembangan zaman memberi suatu warna baru dalam mengembangkan media informasi ini dengan kemasan yang sesuai zamannya, sehingga media ini bisa semakin

berkembang di masyarakat dan juga media ini diharapkan tidak hanya disukai oleh kalangan tua namun juga kalangan muda.