

## **Analisis Implementasi Fungsi Media Massa Pada Harian Serambi Indonesia**

**AK Jailani<sup>1</sup>,  
Yan Hendra<sup>2</sup>  
Ribut Priadi<sup>3</sup>**

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Pascasarjana Universitas Muhammadiyah  
Sumatera Utara

e Mail: [jailani.ak2@gmail.com](mailto:jailani.ak2@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi dan faktor yang mempengaruhi fungsi media massa pada Harian Serambi Indonesia. Dimana Harian Serambi Indonesia merupakan salah satu produsen komunikasi massa yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam mendapatkan berita dan informasi setiap harinya. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan paradigma alamiah. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan Kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harian Serambi Indonesia telah mengimplementasikan fungsi media massa yakni fungsi informasi, edukasi, hiburan dan kontrol sosial dengan baik. Hanya saja, untuk implementasi fungsi hiburan Harian Serambi Indonesia kurang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh faktor pengalaman masa lampau, dimana masyarakat telah terbiasa dengan rubrik gam cantoi, sebuah rubrik kecil yang berisi karikatur dengan pesan-pesan sindiran, menggelitik dan memiliki makna yang dalam. Karena perubahan kebijakan dari Harian Serambi Indonesia, rubrik tersebut ditiadakan dan menimbulkan kurangnya kepuasan masyarakat terhadap konten hiburan di harian Serambi Indonesia.*

**Kata Kunci:** Implementasi, Fungsi Media Massa, Harian Serambi Indonesia

### **1. PENDAHULUAN**

Salah satu bentuk dari komunikasi adalah komunikasi massa. Menurut tinjauan praktis, komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Di samping pengiriman pesannya menggunakan media massa, pihak komunikan dalam komunikasi massa ini tidak berjumlah satu orang saja, tetapi melibatkan banyak orang. Dengan

kata lain pesan dalam komunikasi massa ini diperuntukkan kepada massa. Itu jelas perbedaannya dengan komunikasi antarpribadi yang pesannya hanya dikirim secara personal bukan massal.

Para pakar komunikasi, Gerbner (Ardianto, 2003) mengemukakan definisi komunikasi massa sebagai *mass communication is the tehnologically and institutionally based production and istribution of the most broadly shared continuos flow of messages in industrial*

*societies*. Artinya, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sesuai namanya, dapat dipahami bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang memanfaatkan media massa cetak, elektronik, atau media massa online sebagai saluran untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak.

Media massa merupakan bagian penting dalam komunikasi massa. Saluran media massa digunakan untuk mengirim pesan bersifat tekstual (teks) atau visual (gambar) maupun audio (suara). Berdasarkan bentuknya (Vivian, 2008), media massa dapat dibagi menjadi: (1) Media cetak (*printed media*), yaitu media massa yang dalam penyebaran pesan berbentuk teks atau visual. Seperti, surat kabar, majalah, buku, brosur atau sebagainya. (2) Media elektronik, yaitu media massa yang dalam penyebaran pesan berbentuk visual (gambar) dan audio (suara). Seperti, radio, televisi, film, video dan lain-lain.

Mengikuti perkembangan zaman, media massa kini tidak hanya terbatas pada surat kabar, televisi maupun radio saja. Yang terbaru yakni media massa yang memanfaatkan jaringan internet untuk menyebarluaskan pesan atau disebut sebagai media online. Media massa satu ini mempunyai sifat yang lengkap mencakup apa yang dimiliki oleh radio dan televisi, bahkan media online punya kelebihan dibanding media cetak dan elektronik. Keunggulan media online terdapat pada alur komunikasi yang lebih bergairah dan cepat, dimana khalayak dapat berperan aktif sebagai komunikator atau komunikan.

Sebab, dengan memakai jaringan internet, para penerima pesan (komunikan) dapat saling memberi *feedback* (umpan balik) saat itu juga. Ada tiga konsep (Biagi, 2010) penting tentang media massa, yaitu: (1) Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan. (2) Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. (3) Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya.

Salah satu bentuk media massa dalam komunikasi massa adalah Harian Serambi Indonesia. Media massa yang masuk dalam golongan media cetak ini satu surat kabar lokal di Aceh, dan menempati urutan teratas sebagai media massa dengan oplah terbanyak dari dua surat kabar lokal lainnya yakni Prohaba dan Rakyat Aceh, khususnya di Kecamatan Ulee Kareng. (Data sirkulasi Harian Serambi Indonesia, 2019).

Berdasarkan data *market share*, dari ketiga surat kabar tersebut, Serambi Indonesia menempati urutan teratas sebagai surat kabar dengan oplah tertinggi di Aceh, khususnya di Kecamatan Ulee Kareng. Menurut jumlah edar, sebanyak 595 eksemplar, Harian Serambi Indonesia habis dipasarkan, sementara itu, posisi kedua ditempati oleh surat kabar Prohaba dengan jumlah 190 eksemplar.

Sejak awal tahun 2019 Harian Serambi Indonesia mencetak sebanyak 36.300 eksemplar, bulan februari sebanyak 35.825 eksemplar, Maret sebanyak 35.650 eksemplar, April sebanyak 35.175 eksemplar, Mei sebanyak 33.000 eksemplar, Juni sebanyak 32.730

eksemplar, Juli sebanyak 33.570 eksemplar, Agustus sebanyak 33.850 eksemplar dan Oktober sebanyak 33.600 eksemplar. Selama 10 bulan dalam tahun 2019, Harian Serambi Indonesia mencetak sebanyak 342.220 eksemplar. Dari total yang tercetak tersebut, sebanyak 336.950 eksemplar habis terjual.

## 2. TINJAUAN TEORITIS

Kehadiran Harian Serambi Indonesia pada dasarnya adalah untuk melaksanakan fungsinya sebagai media massa sama seperti media massa lainnya. Ada 5 fungsi komunikasi massa menurut Dominick yang dikutip oleh Ardianto (2012), yaitu: 1) Pengawasan (*surveillance*). Fungsi pengawasan dibagi lagi ke dalam 2 bentuk utama, yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental. a. Fungsi pengawasan peringatan, yaitu bentuk informasi yang disajikan oleh media massa berisikan ancaman. Informasi ini disampaikan oleh media massa dengan sebab beberapa hal. Contohnya, bencana alam, serangan militer, moneter atau krisis ketahanan pangan. b. Fungsi pengawasan instrumental, yaitu bentuk informasi yang disajikan media massa berisikan beragam manfaat dan dapat digunakan oleh masyarakat (khalayak) untuk menjalani hidup sehari-hari. 2) Penafsiran (*interpretation*). Fungsi penafsiran merupakan fungsi memilih dan memutuskan mengenai peristiwa-peristiwa yang layak atau tidak layak disajikan kepada khalayak. Media massa analisisnya untuk peristiwa yang akan menjadi tajuk utama bagi khalayak. Tujuannya agar timbul penafsiran. Sementara itu, penafsiran yang dimaksud oleh media massa untuk mempertajam wawasan dan

memperluas bahasan berita atau peristiwa yang disajikan tersebut. 3) Keterkaitan (*linkage*). Fungsi keterkaitan merupakan fungsi menyatukan beragam masyarakat dengan menyajikan berita atau informasi berdasarkan kepentingan, kebutuhan atau minat yang sama. 4) Penyebaran Nilai (*transmission of values*). Fungsi penyebaran nilai merupakan fungsi dimana media massa mengarahkan khalayak bagaimana seharusnya mereka berbuat. Dengan kata lain, media massa berfungsi sebagai alat sosialisasi kepada khalayak. 5) Fungsi Hiburan (*entertainment*). Fungsi hiburan merupakan fungsi yang dijalankan media dengan menyakikan konten untuk mengurangi ketegangan atau keresahan pikiran dari khalayak.

Negara Republik Indonesia juga mengemukakan fungsi media massa dalam UU RI No. 40 Tahun 1999 pasal 3 ayat (1) dan (2), yakni: Pasal 3 UU 40 Tahun 1999, (1) Pers nasional mempunyai fungsi sebagai informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. (2) Pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Selain itu, fungsi media massa juga disebutkan dalam UU No. 32 Tahun 2003 Pasal 4 ayat (1) dan (2), yakni: (1) Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. (2) Dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan. Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai informasi, edukasi, kontrol sosial dan hiburan. Fungsi-fungsi tersebutlah yang seyogyanya diimplementasikan oleh

Harian Serambi Indonesia. Implementasi ini merupakan bentuk nyata dari berjalan atau tidaknya peran Harian Serambi Indonesia. Alwi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Musrifah, 2017) mengartikan implementasi sebagai sebuah penerapan atau pelaksanaan yang terencana dan dilakukan dengan sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.

Implementasi (Usman, 2002) merupakan muara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekadar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan. Definisi lain dari implementasi (Setiawan, 2004) adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif. Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier (1983) menjelaskan bahwa implementasi merupakan pelaksanaan keputusan kebijaksanaan dasar. Biasanya dalam bentuk Undang-Undang, namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau keputusan badan peradilan. Lazimnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, dan berbagai cara untuk menstrukturkan atau mengatur proses implementasinya

Beberapa definisi tersebut selaras mengemukakan bahwa implementasi merupakan proses dinamis, dimana pelaksana kebijakan melakukan suatu aktivitas atau kegiatan, sehingga pada akhirnya akan mendapatkan suatu hasil

yang sesuai dengan tujuan atau sasaran kebijakan itu sendiri. Dengan kata lain, implementasi merupakan sebuah aktivitas, kegiatan terencana untuk mencapai tujuan tertentu.

### 3. METODE

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma alamiah (*naturalistic paradigm*). Paradigma ini (Arikunto, 2006: 12) melihat fakta terjadi secara alamiah, dalam situasi normal dan tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya. Paradigma ini bersumber pada pandangan fenomenologis yang berusaha memahami perilaku manusia dari segi konsep berpikir maupun bertindak para manusia yang menjadi subjek peneliti. Sementara itu, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan Kualitatif. Penelitian deskriptif pendekatan kualitatif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Pada hakikatnya, metode deskriptif kualitatif mengumpulkan data secara univariat. Karakteristik data diperoleh dengan ukuran-ukuran kecenderungan pusat atau ukuran sebaran.

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Doy, Kecamatan Ulee Kareng, Kota Banda Aceh. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang. Data-data penelitian dikumpulkan dengan teknik wawancara dan observasi. Data yang terkumpul kemudian direduksi (di[jilih dan sederhanakan), triangulasi (pemeriksaan data), disajikan (pembuatan narasi hasil penelitian), verifikasi dan kesimpulan (penyimpulan hasil penelitian). Untuk

mempertanggungjawabkan penelitian, juga dilakukan uji keabsahan meliputi uji *credibility* (uji kepercayaan), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (uji reabilitas), dan *confirmability* (ujian hasil penelitian) (Sugiyono, 2014).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berita dan informasi yang disajikan oleh Harian Serambi Indonesia merupakan hasil racikan laporan tentang apa, siapa, dimana, kapan, mengapa dan bagaimana suatu peristiwa terjadi. Melalui data-data yang telah memenuhi unsur-unsur tersebut, redaksi Harian Serambi Indonesia kemudian dapat menentukan jenis berita yang akan mereka produksi. Adapun jenis berita yang dimaksud adalah *Straight news*, yaitu berita langsung, yang ditulis secara singkat dan lugas. Berita jenis ini sendiri dibagi dalam beberapa macam, yaitu: 1. *Hard news*, yaitu berita yang memiliki nilai aktual atau kepentingan yang mengharuskan sebuah berita harus dibaca oleh masyarakat/pembaca. 2. *Soft news*, merupakan berita yang memiliki nilai sebagai berita pendukung. 3. *Depth news*, yaitu berita hasil reportasi mendalam, berita tipe ini menggali secara mendetail secara aspek penyebab dari sebuah peristiwa yang terjadi. Dalam berita tipe ini, pembaca akan disajikan penjelasan bagaimana dan mengapa peristiwa yang terjadi. 4. *Investigation news*, yaitu berita yang biasanya dibuat untuk menunjukkan siapa dan apa dari sebuah peristiwa. Terkadang, antara *depth news* dengan *investigation news* hampir mirip. Namun, pada *investigation news* dibuat untuk mengungkap sebuah motif dan pelaku dari peristiwa yang terjadi. 4. *Interprative news*,

yaitu berita dari pengembangan berita *straight news*. Dalam berita ini ada informasi tambahan berupa data-data dari hasil temuan wartawan atau pendapat ahli terkait pemberitaan yang disajikan. 5. *Opinion news*, yaitu berita mengenai pendapat para pakar, akademisi, pejabat, cendekiawan dan lainnya mengenai hal-hal yang penting untuk ditanggapi. Berita yang sudah dibuat oleh redaksi Harian Serambi Indonesia, kemudian akan ditentukan letak beritanya. Apakah di halaman depan, dalam, atas atau bawah. Letak berita ini, juga ditentukan dari nilai berita sebuah peristiwa.

Harian Serambi Indonesia menyajikan berita melalui 24 halaman, dengan berbagai rubrik. Halaman muka berisi topik utama atau *headline* dan berita kaki yang layak untuk menjadi perhatian pembaca. Halaman 2 merupakan rubrik internasional, dimana berisi berita yang sedang terjadi di luar negeri. Halaman 3 di harian Serambi Indonesia diberi judul Serambi Kutaraja. Berita di rubrik tersebut berisikan berita-berita dan informasi seputar Banda Aceh, Aceh Besar dan Sabang. Halaman 4 dan 5 diisi penuh dengan berita-berita politik, untuk itulah rubrik ini dinamai sebagai rubrik politik.

Halaman 6 dan halaman 15 di Harian Serambi Indonesia dinamai Serambi Timur, sebab berisikan informasi dan berita yang terjadi di wilayah Aceh bagian Timur, yakni Pidie, Pidie Jaya, Aceh Timur, Langsa, Meureudu, Kuala Simpang dan Aceh Tamiang. Pada halaman 8 dan 18, ada rubrik Serambi Barat. Halaman tersebut memuat konten berita dan informasi yang terjadi di Aceh bagian Barat Seperti Meulaboh, Blangpidie, Sinabang dan Aceh wilayah Barat lainnya. Halaman 8 harian

Serambi Indonesia merupakan rubrik *soccer* atau rubrik yang khusus memberikan informasi dan berita mengenai dunia sepak bola. Untuk berita-berita nasional, Harian Serambi menyajikannya di halaman Nasional yang ada pada halaman 9. Halaman Nasional yang dimaksud oleh Harian Serambi Indonesia tidaklah harus berita-berita dari Ibukota, melainkan berita-berita dari daerah di Aceh dan memiliki isu serta nilai untuk dijadikan berita di rubrik nasional. Untuk konten-konten yang berkaitan dengan agenda dari komunitas, lembaga dan semacamnya, Harian Serambi Indonesia menyediakan rubrik *community* yang berada di halaman 10. Berita-berita yang tidak muat di halaman pertama, akan disambung pada rubrik Serambi *Line* yang ada di halaman 11. Selain sepak bola, Harian Serambi Indonesia juga membuat halaman olahraga, di halaman 12. Rubrik ini diisi dengan berbagai berita dan informasi tentang dunia olahraga, baik sepak bola, bulu tangkis, basket dan semacamnya.

Halaman selanjutnya, yakni di halaman 13, ada rubrik Serambi Pase. Rubrik tersebut berisi berita dan informasi tentang kejadian yang ada di Biruen, Lhokseumawe dan Aceh Utara. Harian Serambi Indonesia juga menyediakan rubrik khusus bagi pembacanya untuk mengkritik atau berbagai pengetahuan dan informasi melalui tulisan opini di halaman 14. Selanjutnya, halaman 16 yang diberinama Serambi Tengah. Halaman ini menyajikan berbagai kejadian di Aceh bagian Tengah, seperti di daerah Takengon Blangkejeren, Redelong dan wilayah Aceh bagian Tengah lainnya.

Halaman 17 dan 21, dinamai dengan rubrik Serambi JualBeli. Pada rubrik ini,

pembaca disuguhkan dengan berbagai produk, atau hal-hal niaga lainnya. Di halaman 19 dan halaman 23 pada Harian Serambi Indonesia diberinama Serambi Iklan. Sesuai namanya, rubrik ini berisikan beragam iklan produk yang ditawarkan pada pembaca. Untuk pergerakan bisnis di Aceh, dapat dilihat di halaman 20 dan halaman 24, rubrik Serambi Bisnis. Di Halaman 22, ada rubrik Super Ball, yang memuat konten seputar sepak bola. Semua rubrik di Harian Serambi Indonesia tersebut dibuat untuk menjalankan fungsinya sebagai media massa.

Melalui rubrik-rubrik tersebut, masyarakat Desa Doy menilai bahwa implemmentasi fungsi informasi harian Serambi berjalan secara baik. Mereka menganggap bahwa surat kabar tersebut setiap harinya memberikan informasi yang aktual mengenai peristiwa-peristiwa penting yang terjadi di Aceh. Selain itu, pemberitaan yang disajikan juga objektif dan sudah membantu masyarakat Desa Doy dalam memenuhi kebutuhan informasi. Bahkan, berita-berita aktual yang disajikan oleh Harian Serambi Indonesia menjadi rujukan topik diskusi. Meskipun informan-informan dalam penelitian menyatakan bahwa berita dan informasi yang disajikan oleh Harian Serambi Indonesia belum dapat menjangkau semua peristiwa yang terjadi di Aceh, namun mereka memahami bahwa kekurangan tersebut merupakan keterbatasan Harian Serambi Indonesia dalam memuat semua peristiwa yang terjadi. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan dari jumlah halaman, sehingga setiap peristiwa yang dimuat di Harian Serambi merupakan peristiwa atau informasi yang memiliki nilai berita, diseleksi dan dianggap layak untuk diketahui dan

mewakili kebutuhan informasi dari masyarakat.

Harian Serambi Indonesia sampai sekarang juga dinilai oleh masyarakat Desa Doy sudah menjalankan fungsi edukasi dengan memberikan pengetahuan dan mencerdaskan mereka. Meskipun masyarakat Desa Doy menganggap bahwa tidak semua berita dan informasi yang disajikan masuk dalam kategori edukasi bagi mereka. Fungsi edukasi yang mereka pahami adalah berita dan informasi bukan sekadar aktual, namun memuat keterangan tambahan seperti advokasi kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat menjadi kritis dalam melihat sebuah peristiwa dan tahu apa yang harusnya mereka lakukan jika kejadian tersebut terjadi di sekitarnya. Begitupun Pemred Harian Serambi Indonesia, Zainal Arifin, tidak menyangkal pernyataan dari masyarakat terhadap fungsi edukasi yang mereka jalankan. Menurutnya, setiap pemberitaan dan informasi yang disajikan akan melihat aspek edukasi bagi masyarakat. Harian Serambi Indonesia selalu berusaha menghadirkan pendapat-pendapat dari narasumber yang kredibel dan kompeten dalam menganalisis sebuah peristiwa yang terjadi.

Fungsi media massa lainnya adalah fungsi kontrol sosial. Fungsi ini menempatkan media massa yakni Harian Serambi Indonesia sebagai alat pantau atau media pengawas terhadap roda pemerintahan maupun siklus kehidupan perusahaan, lembaga baik milik pemerintah maupun swasta hingga individu di Aceh yang bersentuhan dengan kepentingan orang banyak. Dengan pengawasan yang dilakukan, diharapkan dapat membuat siklus kehidupan bermasyarakat sesuai

dengan keinginan. Menurut masyarakat Desa Doy, Harian Serambi Indonesia telah menjalankan fungsi kontrol sosial. Hal itu dapat diketahui dari pernyataan masyarakat yang mengatakan bahwa Harian Serambi konsisten mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah Aceh, mengenai alokasi anggaran, penempatan posisi jabatan pejabat daerah, bantuan-bantuan luar negeri untuk Aceh dan sebagainya. Sehingga, lembaga atau orang-orang Aceh yang bersingungan dengan pemberitaan tersebut akan lebih berhati-hati sebab telah diingatkan dan dievaluasi dalam melakukan sesuatu. Bahkan, dengan kontrol sosial yang dilakukan oleh Serambi Indonesia turut membuat masyarakat lebih kritis dan ikut melakukan pengawasan terhadap objek yang diberitakan.

Harian Serambi Indonesia memiliki konten hiburan yang ada di edisi khusus setiap akhir pekan. Hiburan ini berisi konten sastra, info selebritis dan sebagainya. Masyarakat Desa Doy menganggap konten-konten hiburan yang disajikan oleh Harian Serambi Indonesia belum disajikan secara maksimal. Informan dalam penelitian ini menyebutkan, konten hiburan yang mereka harapkan tidak seperti yang disajikan saat ini. Mereka mengingat, dahulunya ada rubrik bernama *gam cantoi*, sebuah rubrik kecil yang berisi karikatur dengan pesan-pesan sindiran, menggelitik dan memiliki makna yang dalam. Informan-informan tersebut menyarankan agar rubrik *gam cantoi* dapat dimuat kembali untuk masyarakat. Dari respon mereka tersebut, diketahui bahwa persepsi masyarakat Desa Doy terhadap fungsi menghibur positif, hanya saja terjadi ketidakpuasan pembaca terhadap fungsi hiburan yang dijalankan.

Pemred Harian Serambi Indonesia, Zainal Arifin mengakui bahwa surat kabar mereka kurang dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh perubahan kebijakan dari media Serambi Indonesia tentang konten hiburan yang disajikan.

Terlaksana atau tidaknya fungsi media massa di Harian Serambi Indonesia, dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi adalah perhatian dan pemaknaan mereka terhadap Harian Serambi Indonesia. Dimana Serambi merupakan surat kabar yang mereka baca untuk mendapatkan informasi dan berita yang terjadi di wilayah Aceh. Dengan membaca Harian Serambi Indonesia, masyarakat Desa Doy memaknai setiap pesan yang dikabarkan oleh media massa tersebut. Sementara itu, faktor eksternal yang mempengaruhi masyarakat Desa Doy adalah faktor lingkungan dan faktor pengalaman masa lampau. Yang dimaksud faktor lingkungan adalah, tampilan dan rubrik dan konten yang disajikan oleh Harian Serambi. Faktor ini bisa dicontohkan pada persepsi yang menyatakan bahwa Harian Serambi Indonesia sebagai media massa informasi, sebab selalu menyajikan berita-berita yang aktual atau untuk fungsi edukasi, masyarakat Desa Doy menganggap Harian Serambi Indonesia kurang maksimal dalam penyajiannya. Sementara itu, yang dimaksud faktor pengalaman masa lampau adalah pengalaman sebelumnya yang pernah dirasakan oleh masyarakat Desa Doy saat membaca Harian Serambi Indonesia. Faktor ini bisa dicontohkan dari persepsi masyarakat yang menyatakan bahwa dulunya rubrik *gam cantoi* cukup

menghibur masyarakat, saat ini belum ada rubrik hiburan di Harian Serambi Indonesia yang bisa menggantikan kekuatan rubrik tersebut untuk menghibur pembacanya.

#### 4. SIMPULAN

Harian Serambi Indonesia telah menjalankan fungsinya sebagai media massa, yakni fungsi informasi, edukasi, kontrol sosial dan hiburan. Hanya saja, masyarakat Desa Doy kurang puas terhadap fungsi hiburan yang dijalankan oleh Harian Serambi Indonesia, sebab belum dapat memenuhi kebutuhan hiburan mereka. Kurang puasnya masyarakat Desa Doy terhadap fungsi hiburan tersebut disebabkan oleh adalah faktor perhatian, faktor lingkungan dan faktor pengalaman masa lampau.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Soemirat. (2003). *Dasar-Dasar Publik Relation*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ardianto, Elvinaro. (2012). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Biagi, Shirley. (2010). *Media Impact Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Indonesia Serambi. (2019). *Data sirkulasi Harian Serambi Indonesia*. Aceh: Harian Serambi Indonesia.
- Mazmanian, dkk. (1983). *Implementation and Public Policy*. USA: Scott Foresman and Company.
- Musrifah. (2017). *Implementasi Teknologi Informasi Menggunakan Human*

Organization (Hot) Fit Di  
Perpustakaan Perguruan Tinggi.  
*Jurnal Ilmu Perpustakaan dan  
Informasi*. Volume 2 Nomor 2.

Republik Indonesia. (1999). Undang-  
Undang RI No. 40 Tahun 1999  
Tentang Pers Lembaran Negara  
No. 52 TLN. 3387. Jakarta:  
Sekretariat Negara.

Setiawan, Guntur. 2004. *Impelementasi  
dalam Birokrasi Pembangunan*.  
Jakarta: Balai Pustaka.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian  
Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,  
Kualitatif, dan R&D*. Bandung:  
Alfabeta.

Usman, Nurdin. (2002). Konteks  
Implementasi Berbasis Kurikulum.  
Jakarta: Grasindo.

Vivian, John. (2008). *The Media of Mass  
Communication, 8th ed*. Boston:  
Prenanda Media Grup.

,