

Analisis Fungsi Harian Serambi Indonesia Pada Masyarakat Desa Doy Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh

AK Jailani^{1*}, Ribut Priadi²

*Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Aceh, Banda Aceh
Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Jl. Denai, Kota Medan
¹Koresponden: jailani.ak2@gmail.com

Abstrak

Serambi Indonesia merupakan produk dari komunikasi massa lokal yang ada di Aceh. Dimana Serambi Indonesia merupakan salah satu surat kabar yang menjalankan fungsinya sebagai media massa guna memenuhi kebutuhan informasi, edukasi, kontrol sosial dan hiburan masyarakat Aceh, khususnya masyarakat Desa Doy Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Penelitian ini menganalisis fungsi Harian Serambi Indonesia sebagai media massa. Dikaji menggunakan paradigma alamiah. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan Kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harian Serambi Indonesia telah memenuhi kebutuhan informasi, edukasi, dan kontrol sosial. Hanya saja, Harian Serambi Indonesia belum dapat memenuhi kebutuhan hiburan.

Kata kunci: Fungsi Media Massa, Harian Serambi Indonesia, Desa Doy, Banda Aceh

Abstract

Serambi Indonesia is a product of existing local mass communication in Aceh. Where Serambi Indonesia is a newspaper that functions as a mass media to meet the information, education, social control and entertainment needs of the Aceh people. especially the people of Doy Village, Ulee Kareng subdistrict, Banda Aceh City. This study analyzes the function of Serambi Indonesia Daily as mass media. Researched using natural paradigms. The method used is a descriptive method with a qualitative approach. The results showed that Serambi Indonesia Daily had fulfilled the information, education, and social control needs. It's just that Serambi Indonesia Daily has not been able to meet their entertainment needs.

Keywords: Mass Media Function, Doy Village, Serambi Indonesia Daily, Banda Aceh

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk media massa dalam komunikasi massa adalah media cetak atau sebutan lainnya adalah surat kabar. Menurut John Vivian (2008:71) surat kabar atau koran adalah medium massa utama bagi orang untuk memperoleh berita. Di sebagian besar kota, tidak ada sumber berita yang bisa menyamai keluasan dan kedalaman liputan berita koran. Ini memperkuat popularitas dan pengaruh surat kabar atau koran. Sementara itu, Tubbs mengatakan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa. Menurut Jhon Tabbel (Hasibuan, 2018: 83) dalam bukunya yang berjudul Karier Jurnalistik, pengertian koran adalah rangkuman dari semua isi berita yang disajikan melalui media cetak sebagai sarana komunikasi massa, dimana koran ini diperuntukkan untuk umum yang menyangkut kepentingan umum, serta berita yang disajikan dalam koran tersusun dalam alinea kalimat yang dicetak pada kertas. Menggunakan media, berarti kita telah melakukan proses komunikasi. Oleh karenanya, efektivitas media bisa dilihat

dari sudut efektivitas komunikasi. Komunikasi dikatakan efektif bila rangsangan yang disampaikan dan disampaikan oleh sumber (komunikator) dapat ditangkap dan dipahami oleh penerima (komunikan).

Menurut D. Mc Quail (Rakhmat, 2009: 198-199) tahun 1940-1960 media massa memiliki efek berbeda-beda, tergantung pada penilaian terhadap sumber komunikasi. Makin sempurna monopoli komunikasi massa, makin besar kemungkinan perubahan pendapat dapat ditimbulkan pada arah yang dikehendaki, sejauh mana suatu persoalan dianggap penting oleh khalayak akan mempengaruhi pada kemungkinan pengaruh media.

Maxwell E. Mc Comb dan Donald L. Shaw (Rakhmat, 2009: 199-200) menyatakan bahwa media massa memang tidak dapat mempengaruhi orang lain untuk mengubah sikap, tapi media massa cukup berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan orang. Media massa mempengaruhi persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Media massa memilih informasi yang dikehendaki dan berdasarkan informasi yang diterima tersebut, khalayak membentuk persepsinya terhadap suatu peristiwa.

Serambi Indonesia, merupakan produk dari komunikasi massa yang ada. Dimana Serambi Indonesia merupakan salah satu surat kabar yang menjalankan fungsinya sebagai media massa. Keberadaan media pers atau media massa (Saputra, 2011: 35) pada umumnya adalah sebagai media penghimpit atau penegak dalam masyarakat yaitu fungsinya sebagai kontrol sosial. Tidak jarang pula media massa sebagai hasil lembaga pers menjadi sarana penekan terhadap kebijakan tertentu yang dinilai tidak dijalankan sebagaimana mestinya oleh pihak yang seharusnya secara lurus dapat menjalankannya.

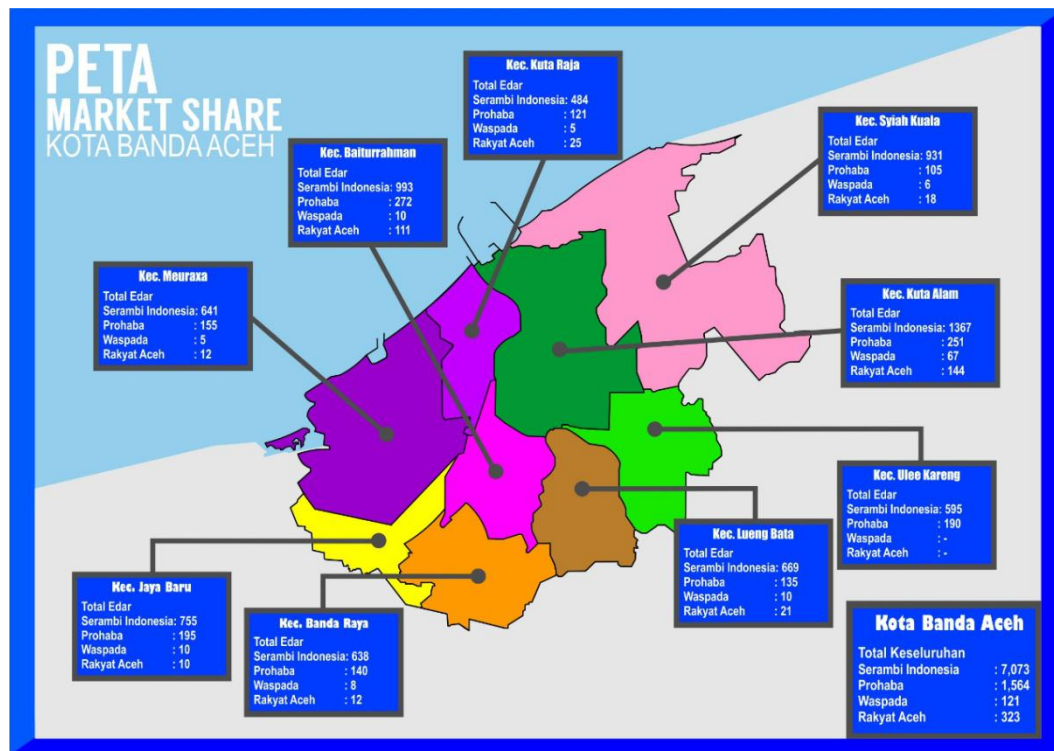
Menurut sejarah (Data Serambi Indonesia, 24 Agustus 2019), sebelum bergabungnya Harian Serambi Indonesia menjadi bagian dari Tribun *Network*, surat kabar tersebut bernama Mimbar Swadaya dan terbit mingguan di Kota Banda Aceh. Surat kabar tersebut terbit pada tahun 1967, di bawah Yayasan Swadaya milik M. Nourhalidyn dan Nur Majid, SH.

Berbagai kendala terjadi dalam perjuangan untuk membesarkan surat kabar mingguan tersebut. Kendala yang dimaksud adalah kurangnya modal dan sistem manajemen yang tidak tepat membuat jadwal terbit mimbar Swadaya terganggu. Tentu saja, M. Nourhalidyn mengatakan kegagalan yang dialaminya bukanlah menjadi penghambat untuk membesarkan surat kabarnya. Tidak ingin korannya mati, ia bersama sahabatnya, yang juga wartawan senior Aceh, Sjamsul Kahari mengadakan pendekatan kepada sejumlah pihak, baik di Banda Aceh, Lhoksumawe maupun Jakarta. Hasilnya, mereka menjalin hubungan dengan dua perusahaan swasta, yaitu PT Gramedia, sebagai penerbitan surat kabar Kompas dan PT Kaya Muda Grafika yang berkedudukan di Lhokseumawe, anak dari PT PIM Lhokseumawe.

Pendekatan yang dilakukan tersebut, menghasilkan suatu jalinan kerjasama antara yayasan swadaya di Banda Aceh dengan PT Gramedia dipimpin oleh Jakop Oetama dan PT Karya Muda Grafika Lhokseumawe yang dipimpin oleh Alfin Arifin. Dan hasil kesepakatan bersama, berdirilah sebuah perusahaan yang diberi nama PT Aceh Media Grafika yang berkedudukan di Banda Aceh.

Awal Desember 1988 PT Aceh Media Grafika disahkan di Jakarta berdasarkan Akte Notaris No, 30 tahun 1998 di hadapan Notaris FJ Mawati dan pada tanggal 9 Februari 1989, bertepatan dengan Hari Pres Nasional terbit nomor perkenalan dengan SIUPP No. 076I/SK/Menpen/A.7/1986, tanggal 25 Februari 1986 dengan alamat jalan T. Nyak Arief No. 4-5 dan 168 Banda Aceh. Mimbar Swadaya di bawah payung PT Aceh Media Grafika pun setelah itu mampu terbit secara berkelanjutan sebagai harian dengan susunan harian saat ini. M,

Nourhalidyn sebagai pimpinan umum dan Sjamsul Kahar menjabat sebagai Pimpinan Redaksi, pada tanggal 9 februari 1989 dengan nomor penerbitan yang telah disahkan tersebut Mimbar Swadaya juga bergantian nama menjadi Harian Serambi Indonesia seperti sekarang ini.



Gambar 1. Peta market share Harian Serambi Indonesia di Kota Banda Aceh (Sumber: Harian Serambi Indonesia, Oktober 2019)

Terdapat tiga surat kabar lokal yang beredar di Aceh. Yaitu, Yakni Serambi Indonesia, Prohaba dan Rakyat Aceh. 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.

Sebagai harian lokal, Harian Serambi Indonesia menjadi media massa yang menduduki urutan teratas sebagai media massa yang banyak dibaca oleh masyarakat.

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.
5. *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.
6. *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. Berita-berita tersebutlah yang kemudian dicetak dan disebarluaskan oleh harian Serambi Indonesia guna memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Oplah yang meningkat dan produksi berita-berita yang menarik dan ditunggu-tunggu oleh masyarakat, juga dipengaruhi oleh tim redaksi yang terdiri dari Pemimpin Umum dipimpin oleh H. Sjamsul Kahar, Wakil Pimpinan Umum dipimpin oleh Mawardi Ibrahim, pemimpin Perusahaan dipimpin oleh Mohd. Din, Pimpinan Redaksi dipimpin oleh Zainal Arifin M. Nur. Selain pejabat utama redaksi tersebut, ada pula jabatan lainnya seperti Redaktur Eksekutif dipimpin oleh Yarmen Dinamika, Manajer Produksi SI dipimpin oleh Jamaluddin, Manajer News Room dipimpin oleh M. Ali, Manajer produksi Prohaba dipimpin oleh M. Nasir Nurdin, Manajer Online dipimpin oleh Safriadi Syahbudin, Manajer Percetakan Umum dipimpin oleh Firdaus Darwis, manjer HR & GA dipimpin oleh Erlizar Rusli, Manajer Keuangan dipimpin oleh Linda Ariani, Manjer Iklan dipimpin oleh Hari Teguh Patria, Manajer Promosi dipimpin oleh Jafar, Manajer TI dipimpin oleh Said Najli, Manajer Pecetakan Koran dipimpin oleh Fauzan Azwady, Manajer Sirkulasi dipimpin oleh Syaiful Bahri, Manajer Radio Serambi Fm dipimpin oleh Budi Safatul Anam dan Manjer TB Zikra dipimpin oleh Lailun Kamal.

Mereka yang mengisi jabatan dalam struktur tersebut melakukan komunikasi, koordinasi dan kolaborasi untuk menggerakkan laju produksi dari Harian Serambi Indonesia. Mulai dari pencarian peristiwa, mencari tanggapan narasumber untuk kemudian diracik menjadi sebuah berita yang layak dibaca, dicetak dan disebarluaskan kepada masyarakat Aceh. PT. Aceh Media grafika juga tidak hanya berpatokan kepada produksi berita.

Fungsi Media Massa

Ardianto (2012: 15-17) menyatakan bahwa fungsi media massa ada 5 macam, 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 dijumpai media dengan menyajikan 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) Disamping fungsi-fungsi tersebut ayat (1), 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. (Republik Indonesia, 1999)

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai informasi, edukasi, kontrol sosial dan hiburan.

Desa Doy

Desa Doy merupakan salah satu dari sembilan desa yang ada di Kecamatan Ulee Kareng, Kota Banda Aceh. Menurut data dari Kantor Keuchik (2019) yang berada di Jalan H Adam Gampong Doy, Desa Doy memiliki luas 68 Hektare yang dibagi lagi kedalam empat dusun. Yakni Dusun Deah Alue, Meunasah Nibong, Tgk. Adee dan Kapai Keleng. Sebelah Utara desa, berbatasan dengan Desa Ie Masem Kayee Adan, sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Lang Lumpang dan Desa Lamteh, sebelah Barat berbatasan dengan Desa Lambhuk dan sebelah Timur berbatasan dengan Desa Ie Masen Ulee Kareng.

Jumlah penduduk di desa ini dapat dijelaskan dalam bentuk tabel, sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Penduduk Desa Doy

No.	Nama Dusun	Jumlah	Jumlah Penduduk			Lansia
			LK	PR	Jumlah	
1	Deah Alue	185	395	352	747	42
2	Meunasah Nibong	186	369	382	751	37
3	Tgk. Adee	165	330	411	741	41
4	Kapai Keleng	107	218	203	421	25
Jumlah		643	1312	1348	2669	145

(Sumber: Kantor Keuchik Desa Doy, Oktober 2019)

METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma alamiah (*naturalistic paradigm*). Menurut Arikunto (Irpannusir, 2020: 41), paradigma ini 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat Desa Doy menjadikan Harian Serambi Indonesia sebagai sumber mendapatkan beragam informasi dan berita yang aktual tentang hal-hal yang terjadi di Aceh, nasional hingga internasional. Diketahui, 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 beragamam 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.

Bagi masyarakat Desa Doy, 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 bersinggungan 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.

Laksanakan 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.

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. (2012). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hasibuan, I. 2018. Pemberitaan Media Cetak dalam Mempengaruhi Partai politik Untuk Menentukan Calon pada Pemilu pada Tahun 2015. *Persepsi: Communication Journal*. 1 (1). 81-96.
- Indonesia Serambi. (2019). *Data sirkulasi Harian Serambi Indonesia*. Aceh: Serambi Indonesia.
- Irpannusir, Zulkarnain I, & Priadi R. Analisis Model Komunikasi Pada Partai Politik Lokal dan Partai Politik Nasional di Dewan Perwakilan Rakyat Aceh. *Persepsi: Communication Journal*. 3(1) 37-46.
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang RI No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers Lembaran Negara No. 52 TLN. 3387. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa (Edisi Kedelapan)*. Jakarta: Kencana