

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Teori (*theory*) adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena⁶. Kegunaan teori pada penelitian ialah teori membantu dalam membimbing riset.

1. Teori Penggunaan, Kepuasan, dan ketergantungan (*Uses and Gratification*)

Teori penggunaan dan kepuasan atau disebut dengan *uses and gratifications theory* disebut-sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiens mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh beberapa factor sosial dan psikologis yang berbeda diantara individu audien.

Sebagian besar riset dalam wilayah teori penggunaan dan kepuasan berupaya meneliti apa yang terjadi dibalik penggunaan media oleh audien. Teori ini tidak memberikan perhatian pada efek langsung media terhadap audien, tetapi memfokuskan perhatian pada motivasi dan perilaku audien terhadap media atau bagaimana dan mengapa mereka menggunakan atau mengkonsumsi media. Singkatnya teori ini berupaya untuk menjelaskan, *what do people do to the media?*⁷

Dalam hal ini, terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan sebagaimana yang dikemukakan oleh Katz, Blunner dan Gurevitch dalam Morrison yang menyatakan ada lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan, sebagai berikut :

⁶ West Richard dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 49.

⁷ Morrison, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia, 2010), 30.

- a. Audien aktif dan berorientasi kepada tujuan ketika menggunakan media
- b. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audien
- c. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain
- d. Audien sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media
- e. Penilaian isi media ditentukan oleh audien

Uses and gratification model meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan.⁸

Uses and Gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Khalayak dianggap secara aktif dengan sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan mempunyai tujuan. Studi dalam bidang memusatkan perhatian pada penggunaan (*Uses*) isi media untuk mendapat kepuasan (*Gratication*) atas pemenuhan kebutuhan seseorang dan dari situlah timbul istilah *Uses and Gratification*. Sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu. Dengan demikian, kebutuhan individu merupakan titik awal kemunculan teori ini.

Dapat dikatakan bahwa *Uses and Gratification* bukanlah proses komunikasi linear yang sederhana. Banyak faktor, baik personal maupun eksternal, yang menentukan kepercayaan dan evaluasi seseorang. Berangkat dari teori *Uses and Gratification* apabila di aplikasikan kedalam penelitian ini adalah dari sikap aktif khalayak (siswa MAN 1 Pekanbaru) dalam memenuhi informasi pendidikan, informasi ekstrakurikuler, informasi hiburan dan informasi tentang guru MAN 1 Pekanbaru melalui

⁸ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 35.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

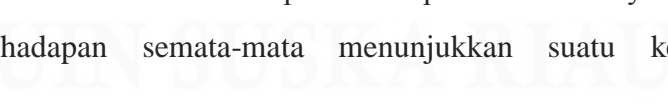
penggunaan media majalah *G-smart*. Dengan demikian yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap perilaku khalayak, tetapi bagaimana majalah tersebut memenuhi kebutuhan informasi pendidikan, informasi ekstrakurikuler, informasi hiburan dan informasi guru MAN 1 Pekanbaru.

Maka dari itu, jika kebutuhan siswa dapat terpenuhi dengan menggunakan media majalah, maka akan timbul kepuasan (*gratification*) dalam diri siswa tersebut. Setiap siswa akan selalu menggunakan majalah *G-smart* untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Jadi bobotnya ialah siswa yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

2. Pengertian Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan turunan dari kata ‘manfaat’, yakni suatu penghadapan yang semata-mata menunjukkan kegiatan menerima. Pengadahan tersebut pada umumnya mengarah pada perolehan atau atau pemakaian hal yang berguna baik dipergunakan secara langsung maupun tidak langsung agar dapat bermanfaat.

Sedangkan menurut *Js, Badudu* dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, mengatakan bahwa: “pemanfaatan adalah hal, cara, hasil kerja dan memanfaatkan sesuatu yang berguna.

Definisi lain dari manfaat dikeluarkan oleh *Dennis Mc Quail* dan *Sven Windahl*, yakni : “Manfaat merupakan harapan sama artinnya dengan *explore* (penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima)”.


Selain itu Dennis juga mengatakan ada dua hal yang mendorong munculnya suatu pemanfaatan, yaitu :

- 1) Adanya posisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media massa.
- 2) Sedangkan yang kedua yaitu adanya kegiatan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dan jika dikaitkan dengan masalah penelitian ini, maka pemanfaatan disini berarti menggunakan atau memakai sesuatu hal yang berguna dalam hal ini adalah menggunakan atau memakai majalah serbagai media dalam menyampaikan informasi kepada siswa MAN 1 Pekanbaru.

Dari pemanfaatan majalah sebagai media dalam menyampaikan informasi kepada siswa, diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi siswa yang membacannya.

3. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu topic yang amat sering diperbincangkan, bukan hanya dikalangan ilmuan komunikasi, melainkan juga dikalangan orang awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan.⁹

William I. Gorden menjelaskan bahwa kata komunikasi, yang dalam Bahasa Inggris communication, berasal dari kata Latin communis yang berarti sama, istilah pertama (communis) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.¹⁰

a) Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut Harold D. Lasswell adalah sebagai berikut :

The surveillance of the environment, fungsi komunikasi adalah untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai kejadian dalam suatu lingkungan.

Fungsi komunikasi menurut Onong Uchiana Effendi dalam buku Dimensi-dimensi komunikasi mempunyai pendapat sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi
- b. Mendidik masyarakat

⁹ Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Pekanbaru: CV. Wirza Irzani, 2009) , 3.

¹⁰ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rodakarya, 2001) , 45.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. mempengaruhi masyarakat
- d. menghibur masyarakat

4. Media Informasi

Media adalah sebuah sarana yang digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Beberapa pakar psikologi menganggap bahwa dalam komunikasi manusia. Media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia seperti manusia seperti mata dan telinga.

Media informasi merupakan alat-alat grafis, fotografis, dan elektronik untuk menangkap, memproses, serta menyusun kembali informasi visual.¹¹

Media informasi juga sebagai alat untuk mengumpulkan serta menyusun kembali informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi.

5. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa tidak dapat didefinisikan dengan singkat dan sederhana. Karena didalam pengertian komunikasi massa tercakup hal-hal seperti isi pesan (pengelolaan, pengiriman, penerimaan), teknologi, kelompok-kelompok, macam-macam konteks, jenis-jenis khalayak, dan pengaruh-pengaruhnya. Namun demikian komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*).¹²

Bitter mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang.¹³

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak seperti rapat akbar yang

¹¹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006) , 47.

¹² Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Pekanbaru: CV. Wirza Irzani, 2009), 131.

¹³ Sasa Djuarsa Sandjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2002), 158.

dilaksanakan di lapangan luas dan dihadiri ribuan bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

Dalam definisi milik Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar.

Sedangkan definisi komunikasi massa menurut Freidson dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan pada jumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu saja atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat.¹⁴

Kompleksnya komunikasi massa dikemukakan oleh Severin & Tankard, sebagai berikut :

Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, megopersikan tape recorder, atau mencatat ketika wawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwanya meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata cara letak yang estesis untuk iklan majalah atau untuk menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu didalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang akan dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik.¹⁵

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



¹⁴ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2007), 4.

¹⁵ *Ibid*, 6.

Pada dasarnya komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang melibatkan masyarakat banyak. Sebuah cara penyampaian pesan yang ditujukan kepada masyarakat luas untuk mencapai satu maksud yang diinginkan oleh individu atau organisasi yang menyampaikan pesan tersebut.

Kata massa dalam komunikasi berarti orang banyak. Namun bukan hanya orang banyak yang berkumpul disuatu tempat saja. Massa disini artinya orang-orang yang akan menerima pesan yang disampaikan melalui media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Dalam hal ini media masa seperti surat kabar, buku, radio, televise, film dan internet adalah hal yang tidak bisa dilepaskan dalam proses komunikasi massa.

b. Proses Komunikasi Massa

Gejala umum yang dapat dilihat dari suatu proses adalah bahwa proses merupakan salah satu peristiwa yang berlangsung secara kontinyu, tidak diketahui kapan mulai dan berakhirnya. Dalam operasionalnya, proses memerlukan berbagai macam komponen penunjang. Demikian pula dengan proses komunikasi yang hakikatnya merupakan suatu proses, berlangsungnya komunikasi sudah pasti memerlukan berbagai komponen (elemen). Pengertian komponen disini adalah bagian-bagian yang terpenting dan mutlak harus ada dalam suatu keseluruhan dan keutuhan.

Schramm mengatakan bahwasanya untuk berlangsungnya sebuah kegiatan komunikasi, setidaknya diperlukan tiga komponen yaitu source, message, dan destination. Atau lebih jelasnya adalah komunikator, pesan, dan komunikan. Apabila salah satu dari ketiga komponen tersebut tidak ada, maka komunikasi tidak dapat berlangsung. Namun demikian, selain tiga komponen tersebut, masih terdapat komponen lainnya yang berfungsi sebagai pelengkap. Artinya, jika komponen tersebut tidak ada, maka tidak adakn berpengaruh terhadap komponen lainnya. Oleh karena itu, komponen-komponen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

utama (komunikator, pesan, dan komunikan) mutlak harus ada dalam sebuah proses komunikasi, baik itu komunikasi antarpersonal, kelompok, maupun massa.¹⁶

Komponen pada proses komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok mudah diketahui. Namun apabila komunikasi tersebut dilakukan melalui media massa maka komponen maupun prosesnya tidak akan selalu sesederhana seperti bagaimana proses komunikasi lainnya. Pengertian proses komunikasinya dikenal dengan media cetak (press), media auditif (radio), media visual (gambar, lukisan), atau media audiovisual (televisi dan film). Yang dimaksud dengan media disini adalah yang dapat digunakan untuk mencapai massa (sejumlah orang yang tak terbatas), dari uraian tersebut dapat dijelaskan bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator menggunakan teknologi media massa secara proposional guna menyebarluaskan pesannya melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah yang banyak. Seorang komunikator dari komunikasi massa dapat menyampaikan pesan melalui buku, panflet, majalah, surat kabar, rekaman, gambar, poster, radio siaran, televisi, film, dan komputer serta aplikasinya dengan jaringan telepon dan internet.

c. Media Massa

Salah satu unsur yang dianggap penting dalam proses komunikasi adalah media massa. Media massa merupakan alat komunikasi yang berisi berbagai macam tulisan atau tayangan yang berfungsi sebagai sumber informasi bagi masyarakat umum. Media massa juga sering disebut sebagai pers. Namun pers hanya berisi berita atau informasi yang mengandung unsur jurnalistik didalamnya.

Menurut Ardianto menjelaskan bahwa media massa ialah saluran sebagai alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses

¹⁶ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2007), 27.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi massa. Media massa secara pasti mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak, budaya, serta politik. Dalam perkembangannya, media massa atau pers memiliki dua pengertian, yakni pengertian pers dalam arti sempit dan pengertian pers dalam arti luas. Pers dalam arti sempit berarti media massa cetak, seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan sebagainya yang diproduksi untuk lingkungan internal. Sedangkan pengertian ers dalam arti luas yakni meliputi media massa cetak dan media massa elektronik yang mencakup radio dan televisi yang disiarkan secara umum, dan sebagai media yang menyiarkan karya jurnalistik.

d. Fungsi media massa

Fungsi media massa adalah sebagai sumber informasi bagi masyarakat umum. Bagi beberapa institusi atau orang-orang tertentu, media massa berfungsi sebagai alat pembentuk citra diri. Karena media massa memiliki pengaruh kuat dari segi psikologis masyarakat.

Fungsi media massa menurut Harold D. Laswell¹⁷:

- a. Informasi (*to inform*)
- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertain*)

Secara umum dapat disimpulkan bahwa isi media massa, baik itu kolom, artikel, tajuk rencana, bahkan iklan dalam melaksanakan fungsi menyiarkan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi, memiliki lima daya pengaruh. Kemungkinan daya pengaruh yakni, perhatian, pemahaman, member pelajaran, perubahan sikap, dan perubahan tingkah laku.

6. Majalah

Menurut Romli dalam kamus jurnalistik, majalah adalah format penelitian pers berukuran kertas kuarto, folio, atau setengah tabloid. Ada juga yang berukuran buku atau setengah kuarto (*mini magazine*).

¹⁷Ahmad Karimi Faizin, *Buku Saku Pedoman Jurnalis Sekolah* (Gresik: Penerbitan SMA Muhammadiyah 1 Gresik, 2012), 5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Umumnya mingguan, dwi mingguan, bulanan, atau terbit berkala (periodik), dengan segmen berita khusus, sampai politik, ekonomi hiburan, agama, ataupun umum. Kekuatan utama yang disajikan majalah sebagai media yang efektif adalah tidak dikuasai oleh waktu, bisa dibaca perlahan-lahan, bisa disimpan, bisa dibaca berulang-ulang bahkan bisa didokumentasikan.¹⁸

Majalah merupakan media yang paling simpel organisasinya, relative lebih mudah mengelolannya serta tidak membutuhkan modal yang banyak. Majalah juga dapat diterbitkan oleh setiap masyarakat, dimana mereka dapat dengan leluasa menentukan bentuk, jenis dan sasaran khalayaknya.¹⁹

Pengertian Majalah adalah sebuah media publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis. Selain memuat artikel, Majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek, gambar, review, ilustrasi atau fitur lainnya yang mewarnai isi dari majalah. Oleh karena itu, majalah dijadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari sesuatu hal yang diinginkannya.

Majalah adalah salah satu jenis dari media massa. Majalah terdiri dari sekumpulan kertas cetakan yang disatukan. Tulisan-tulisan di dalam majalah dibuat bukan oleh tulisan tangan, namun oleh suatu mesin cetak. Tidak ada ketentuan baku dalam penyusunan isi sebuah majalah. Majalah biasanya berisi berbagai macam topik tulisan yang sesuai dengan tujuan dan topik dari majalah yang bersangkutan. Bukan hanya terdapat tulisan, di dalam majalah juga ada gambar-gambar yang bertujuan sebagai ilustrasi dari tulisan dan juga bertujuan untuk membuat isi majalah menjadi cantik dan menarik. Gambar-gambar tersebut bisa berbentuk gambar orang, gambar benda, atau gambar kartun.

¹⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik: Daftar Istilah Penting Jurnalistik Cetak Radio dan televisi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), 84.

¹⁹ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 121.

Antara satu tulisan dan tulisan lain dalam majalah tidak mempunyai hubungan cerita secara langsung. Misalkan pada majalah olahraga, tulisan tentang pemain sepakbola tertentu pada satu tulisan tidak berhubungan dengan tulisan lain yang membahas tentang klub sepakbola tertentu. Tulisan-tulisan dalam majalah tidak mempunyai kronologis tertentu, tidak ada awal dan tidak ada akhir. Tidak ada pembuka dan tidak ada penutup. Jadi, majalah hanyalah tempat untuk mengumpulkan tulisan-tulisan tertentu yang mempunyai tema yang sama namun antara tulisan yang satu dengan tulisan yang lain tidak mempunyai hubungan kronologis, masing-masing tulisan berdiri sendiri. Di dalam majalah juga terdapat halaman-halaman iklan, sesuatu yang biasanya tidak terdapat di dalam sebuah buku.

a) Fungsi Majalah sebagai Media Massa

Mengacu pada sasaran khalayaknya yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda satu dengan yang lainnya. Majalah berita seperti *Gatra* mungkin lebih berfungsi sebagai media informasi tentang berbagai peristiwa dalam dan luar negeri, dan fungsi berikutnya adalah hiburan. Majalah wanita dewasa *Femina*, meskipun isinya relatif menyangkut berbagai informasi dan tips masalah kewanitaan, lebih bersifat menghibur. Fungsi informasi dan mendidik mungkin menjadi prioritas berikutnya. Majalah pertanian *Trubus* fungsi utamanya adalah memberi pendidikan mengenai cara bercocok tanam, sedangkan fungsi berikutnya mungkin informasi.²⁰

Fungsi majalah tidak berbeda dengan fungsi media massa pada umumnya. Yakni, memberikan informasi, pendidikan, mempengaruhi serta hiburan. Majalah menampilkan informasi, liputan kejadian, serta berbagai hal menarik lainnya. Tulisan dalam majalah terkesan lebih bebas dan ringan dibandingkan dengan surat kabar. Kualitas tulisan majalah pun berbeda-beda, tergantung pada jadwal terbitnya.

²⁰Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbioja Rekatama Media, 2007), 120.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Jenis-jenis Majalah

Sebagai produk media massa, majalah memiliki beberapa jenis jika dikategorikan berdasarkan pemasarannya. Secara garis besar, Rivers membagi majalah ke dalam empat jenis, yaitu:

1. *Mass Magazine*

Majalah yang bersifat umum karena pembacanya dari berbagai kalangan.

2. *News Magazine*

Majalah yang berisi tentang isu-isu kontemporer.

3. *Class Magazine*

Disebut sebagai Majalah berkelas. Kualitas majalah dan kontennya ditujukan bagi pembaca yang berpendidikan tinggi dan tertarik pada urusan publik serta sastra.

4. *Specialized Magazine*

Majalah yang menyajikan konten spesifik untuk pembaca yang spesifik. *Specialized Magazine* dibagi menjadi 3 yaitu *Business Papers* (Penerbitan berkala yang diterbitkan oleh lembaga independen dan bersifat komersil), *Company Publications* (Penerbitan berkala oleh perusahaan yang ditujukan untuk karyawan, pengecer, pelanggan dan pemegang saham) dan *Associations Journal* (diterbitkan oleh asosiasi atau organisasi tertentu).

c) Majalah G-Smart

Majalah G-smart adalah majalah internal sekolah MAN 1 Pekanbaru yang merupakan suatu wadah untuk pemenuhan informasi bagi para siswa-siswi di MAN 1 Pekanbaru. Informasi yang terdapat di majalah G-Smart berisikan mengenai kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah dan artikel-artikel wawasan lainnya. Majalah G-smart mempunyai struktur organisasi yang terdiri dari pembina majalah, ketua majalah, sekretaris majalah, bendahara majalah dan anggota majalah. Dan dalam pengawasannya di bina oleh seorang pembina yakni Pak Syamsudin, S.Kom.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Jenis- Jenis Informasi

Informasi Pendidikan

Informasi pendidikan merupakan suatu informasi berisi tentang transformasi pengetahuan, nilai-nilai, dan keterampilan-keterampilan, didalam dan diluar sekolah yang berlangsung sepanjang hayat, dan generasi kegenerasi.

Informasi Ekstrakurikuler

Merupakan informasi yang berisi tentang organisasi di MAN 1 Pekanbaru yaitu tentang organisasi PRAMUKA, PASUS, PMR, Seni Tari, Seni Musik, Rohis, Basket, Volly, Bola Kaki, dan lain sebagainya.

Informasi Hiburan

Merupakan informasi mengenai segala sesuatu baik yang berbentuk kata-kata, tempat, benda, perilaku yang dapat menjadi penghibur dan pelipur hati yang sedih.

Informasi Guru

Merupakan informasi yang berisi tentang profil guru, prestasi guru, dan berbagai informasi mengenai guru.

B. Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dan menjadi referensi bagi peneliti untuk memperkuat penelitian yang sedang dilakukan.

1. Penelitian ini dilakukan oleh Syawal (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau) Pemanfaatan Media Cetak Sebagai Sumber Media Informasi Pada Masyarakat Desa Tanjung Kecamatan Koto Kampar. Fokus permasalahan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media cetak sebagai sumber informasi masyarakat. metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Dalam penelitian ini mempunyai kesamaan yaitu tentang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- pemanfaatan media cetak tetapi perbedaan terletak pada objek penelitiannya yakni masyarakat di desa tanjung kecamatan koto Kampar.
2. Penelitian ini dilakukan oleh Syahir Nawir Nur (Universitas Hasanuddin) Proses Produksi dan Pemanfaatan Majalah Pecinan Terkini Sebagai Media Komunikasi Komunitas Tionghoa di Kota Makasar. Fokus permasalahan dalam penelitian ini yaitu untuk melihat proses produksi dan mengetahui factor-faktor pendukung dan penghambat majalah pecinan sebagai wadah atau media informasi dan komunikasi bagi komunitas Tionghoa. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara. Dalam penelitian ini mempunyai kesamaan yaitu tentang pemanfaatan majalah sebagai media informasi, tetapi perbedaannya terletak pada objek penelitiannya yakni komunitas Tionghoa di kota makasar.
 3. Jurnal ini dilakukan oleh Ibnu Rusydi dengan nomor volume 08 no.2 tentang Pemanfaatan E-Journal Sebagai Media Informasi Digital. fokus permasalahan dalam jurnal ini adalah guna memperkaya likelatur perpustakaan, terutama perpustakaan elektronik (e-library) dan untuk fasilitas pendidikan (e-education). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara. Dalam jurnal ini mempunya kesamaan yaitu tentang pemanfaatan E-journal sebagai media informasi digital, perbedaannya terletak pada penggunaan media yang digunakan.
 4. Jurnal ini dilakukan oleh Abdul Karim Batubara dengan nomor volume 02 no.1 tentang Pemanfatan Media Komunikasi Massa sebagai Sumber Informasi. fokus permasalahan dalam jurnal ini adalah bagaimana pemanfaatan media massa sebagai sumber informasi. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara. Dalam jurnal ini mempunyai

kesamaan yaitu tentang pemanfaatan media komunikasi massa sebagai sumber informasi, perbedaannya terletak pada media yang digunakan.

C. Defenisi Konsepsional

Konsep adalah penggambaran secara tepat fenomena yang hendak diteliti yakni istilah dan defenisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Dalam pengertian ilmiah, konsep harus memiliki kriteria yang tepat dalam menjelaskan variabel penelitian.²¹

1. Informasi Pendidikan

Informasi pendidikan merupakan suatu informasi berisi tentang transformasi pengetahuan, nilai-nilai, dan keterampilan-keterampilan, didalam dan diluar sekolah yang berlangsung sepanjang hayat, dan generasi kegenerasi.

2. Informasi Ekstrakurikuler

Merupakan informasi yang berisi tentang organisasi di MAN 1 Pekanbaru yaitu tentang organisasi PRAMUKA, PASUS, PMR, Seni Tari, Seni Musik, Rohis, Basket, Volly, Bola Kaki, dan lain sebagainya.

3. Informasi Hiburan

Merupakan informasi mengenai segala sesuatu baik yang berbentuk kata-kata, tempat, benda, perilaku yang dapat menjadi penghibur dan pelipur hati yang sedih.

4. Informasi Profil Guru

Merupakan informasi yang berisi tentang profil guru, prestasi guru, dan berbagai informasi mengenai guru.

²¹ Rachmat Kriyantono, *Manajemen Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prada Group, 2000), 58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah tahap mengubah konsep menjadi variabel yang dapat diukur. Operasional konsep memiliki unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Variabel yang dioperasionalkan adalah variabel-variabel yang terkandung dalam hipotesis penelitian.²²

Tabel 2.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Instrumen
1	Fungsi Majalah G-smart	Infomasi Pendidikan	Akreditasi Sekolah
			Informasi Beasiswa
			Informasi Jurusan
		Informasi Ekstrakurikuler	Jenis Ekstrakurikuler
			Prestasi Ekstrakurikuler
		Informasi Hiburan	Cerpen
			Puisi
			Artikel
		Informasi Profil Guru	Profil Guru
			Guru Berprestasi
Guru Favorit			

²² Rahmat Kriyantono, *Op.Cit.*, 20