PENGARUH PENGGUNAAN LINE TODAY TERHADAP MINAT BACA PADA SISWA SMK TELKOM SHANDY PUTRA MEDAN

SKRIPSI

OLEH:

WULAN SARAH
NPM: 1303110151

Program Studi Ilmu komunikasi
Konsentrasi Broadcasting

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017

ABSTRAKS

PENGARUH PENGGUNAAN LINE TODAY TERHADAP MINAT BACA PADA SISWA SMK (SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN) TELKOM SHANDY PUTRA MEDAN

WULAN SARAH
NPM :1303110151

Komunikasi saat ini seolah tidak dapat terlepas dari peran teknologi yang berkembang mengiringinya. Berbicara tentang perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi, tentu kita tidak terlepas dari yang namanya media baru sebagai sarana komunikasi. Media sosial adalah suatu wadah yang berguna sebagai tempat untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang terjalin dalam media sosial ini yakni interaksi/komunikasi melalui dunia maya atau internet. Saat ini semua orang dapat menggunakan media sosial dengan bebas. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah *Line*. *Line* adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti telepon cerdas, tablet, dan komputer.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini yaitu siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan dan sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 49 orang siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara langsung dengan penelitian langsung lapangan yaitu mengumpulkan data–data dari lapangan yang meliputi kegiatan survei di lapangan, yakni melalui metode penyebaran angket dan observasi lokasi penelitian. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan yaitu koefisien korelasi product moment dan koefisien determinan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil penghitungan korelasi product moment yang dilakukan diperoleh hasil r hitung sebesar 0,855 dan r tabel sebesar 0,237 artinya r hitung lebih besar daari r tabel dan berada pada taraf sangat tinggi, maka terdapat pengaruh antara penggunaan Line Today dengan minat baca pada siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan. Dapat diketahui dari pengujian koefisien determinan diperoleh hasil 73.10%, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat tinggi antara penggunaan Line Today dengan minat baca pada siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan.

Kata Kunci : Line Today, Minat Baca.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan pada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Penggunaan Line Today Terhadap Minat Baca Pada Siswa Smk Telkom Shandy Putra Medan.** tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Umar dan Ibunda tersayang Juliani Tanjung yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak DR. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Muhammad Said Harahap M I.Kom . selaku Pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik dan membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.

6. Buat Ayah Umar dan Ibu Juliani Tanjung terima kasihku tak terhingga, terima kasih telah membesarkanku dengan segenap jiwa raga dan seluruh kasih sayang yang kalian miliki, mungkin baru ini yang bisa aku persembahkan sekarang buat kalian. Semoga selalu sehat dan panjang umur.

7. Kepada abang Bambang yang selalu memberi semangat dan motivasi bahkan membantu penulis dalam pembuatan skripsi, terimakasih selalu mau direpotkan.

8. Buat kakak Fadillah Pratiwi S.kom yang selalu memberi semangat dan motivasi bahkan selalu membantu penulis dalam pembuatan skripsi,

9. Buat Annisa Anwar terimakasih selalu ada selalu membantu dalam keadaan apapun yang tak henti memberi semangat dan motivasi, terimasih juga selalu sabar selalu mengerti selalu jadi yang terbaik sejak semester satu, jangan sedih karna gabisa wisuda barengan. Yakin deh coming soon akan S.I.kom kok haha.

10. Untuk geng sumkobeb yang terdiri dari Kiki, Widy, Winda, Indah, Wina , Yanda, Ila, Uwi terima kasih atas segala support dan keluh kesahnya karena sama-sama berjuang dalam mengerjakan skripsinya.

11. Terimakasih buat petet yang selalu membantu membenerkan print print skripsi dan selalu mengantarkan penulis dalam menemui doping.

12. dan pihak-pihak yang tidak disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, penulis ucapkan Terimakasih.

Medan, Oktober 2017

Penulis,

Wulan Sarah

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI ..... **i**

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang 1

B Perumusan masalah 5

C Pembatasan Masalah…….. 5

D Tujuan dan Manfaat Penelitian 5

1. Tujuan Penelitian…… 5

2. Manfaat Penelitian 5

BAB II URAIAN TEORITIS

A Komunikasi 7

1. Pengertian Komunikasi 7

2. Proses Komunikasi 9

3. Tujuan Komunikasi……. 12

4. Unsur-Unsur Komunikasi…… 13

5. Hambatan Komunikasi…… 14

B. Komunikasi Massa……. 15

C. Teori Uses and Gratifications 17

D. Teknologi Informasi…….. 19

E. Media Baru (New Media) 20

F. Media Sosial (Social Media) 21

G. Minat……..…… 22

1. Pengertian Minat Baca…… 22

2. Faktor Timbulnya Minat……. 25

3. Faktor Yang Mempengaruhi Minat..... 26

BAB III PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Jenis Penelitian……. 28
B. Hipotesis……. 29
C. Operational Variabel……. 29
1. Defenisi Konsep……. 29
2. Kerangka Konseptual..... 30
3. Defenisi Operasional…….. 30
D. Populasi dan Sampel…… 31
1. Populasi…… 31
2. Sampel……. 32
E. Teknik Pengumpulan Data…….. 33
F. Teknik Analisa Data…… 34
G. Lokasi dan Waktu Penelitian…….. 37
H. Deskripsi Lokasi Penelitian…… 37
1. Sejarah Singkat…… 37
2. Visi dan Misi…… 38

BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN

A. Karakteristik Responden……. 41
Karakteristik Responden……. 42

B. Deskripsi Variabel……... 43
1. Variabel X……. 43
2. Variabel Y……. 49
C. Analisa Data…….. 53
1. Koefisien Korelasi Product Moment…….. 53
2. Koefisien Determinan……. 55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan…… 56
B. Saran…….. 57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman sekarang ini, informasi mengenai berbagai hal bisa kita dapatkan dengan mudah dan cepat. Komunikasi adalah cara yang jamak digunakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan informasinya, walaupun komunikasi yang dilakukan terkadang secara tidak langsung dan hanya berjalan searah. Komunikasi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam bagaimana kita bersosialisasi dengan lingkungan dan teman-teman sekitar. Komunikasi dipandang pula sebagai hal yang esensial bagi perkembangan setiap individu maupun kelompok. Komunikasi itu sendiri dikonsepkan sebagai kegiatan penyebaran informasi dari satu orang atau lebih kepada pendengarnya dengan harapan bisa mempengaruhi orang tersebut.

Komunikasi saat ini seolah tidak dapat terlepas dari peran teknologi yang berkembang mengiringinya. Dengan hadirnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, maka semakin mudah mengakses berbagai informasi secara luas. Berbicara tentang perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi, tentu kita tidak terlepas dari yang namanya media baru sebagai sarana komunikasi. Media baru adalah teknologi komunikasi yang *modern* setelah mengalami perkembangan dari jaman ke jaman yang bertujuan untuk mempermudah akses mendapatkan informasi. Salah satu bentuk media baru yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari adalah media sosial. Media sosial

adalah suatu wadah yang berguna sebagai tempat untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang terjalin dalam media sosial ini yakni interaksi/komunikasi melalui dunia maya atau internet. Saat ini semua orang dapat menggunakan media sosial dengan bebas. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah *Line*.

Line adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti telepon cerdas, tablet, dan komputer. *Line* difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna *Line* dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain lain. *Line* dikembangkan oleh perusahaan Jepang bernama NHN Corporation. *Line* pertama kali dirilis pada Juni 2011 dan mulanya hanya dapat digunakan pada sistem iOS dan Android. Setelah sukses pada kedua sistem tersebut *Line* masuk dalam sistem operasi besutan BlackBerry. Lalu pada tahun 2012, *Line* resmi meluncurkan aplikasi yang dapat digunakan pada perangkat Mac dan Windows. Kesuksesan *Line* sebagai aplikasi pengirim pesan instan terlihat dari pengguna yang mencapai 101 juta di 230 negara di dunia. *Line* menduduki posisi 1 dalam kategori aplikasi gratis di 42 negara, di antaranya Jepang, Taiwan, Spanyol, Rusia, Hong Kong, Thailand, Singapura, Malaysia, Macau, Swiss, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan lain-lain. (Wikipedia.org diakses pada tanggal 16 Juni 2017 Pukul 14.28 WIB)

Selain menawarkan layanan pesan gratis, *Line* juga menawarkan fitur-fitur lainnya seperti *Free Call*, *Video Call*, *Line Today* dan lain-lainnya. Salah satu fitur *Line* yang paling sering diaskes oleh pengguna *Line* adalah *Line Today*. *Line*

Today adalah pusat informasi atau berita yang disediakan oleh *Line Corporation*. Singkatnya, *Line Today* menampilkan berita-berita yang disaring oleh tim khusus *Line Corporation* untuk disajikan kepada para pengguna. Berita yang ditampilkan tentu sudah dipilih benar tidaknya berita tersebut, selain itu berita-berita yang disajikan tentu sangat menarik dan juga tentang berita-berita yang sedang menjadi pembahasan berkembang saat ini. Sejak kehadiran *Line Today*, para pengguna aplikasi *Line* dapat dengan mudah mengakses atau membaca berita yang sedang berkembang hanya dengan menggunakan aplikasi *Line* dan tak perlu repot-repot membacanya melalui media cetak. Banyak manfaat yang bisa diperoleh melalui media sosial *Line* terutama bagi penggunanya, hal ini tentu tak lepas dari perkembangan teknologi di bidang infomasi.

Perkembangan teknologi yang semakin modern dan canggih ini bukan hanya memberi manfaat bagi penggunanya tapi juga menimbulkan pengaruh bagi penggunanya, terutama bagi kalangan pelajar. Informasi-informasi ada yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Dengan semakin mudahnya seorang pelajar memperoleh informasi atau berita diharapkan hal ini memberikan efek positif terhadap minat membaca dari para pelajar. Membaca merupakan sarana dan kebutuhan yang sangat penting bagi pelajar karena akan menambah wawasan dan pengetahuan dari pelajar itu sendiri.

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi terutama dalam aplikasi *Line Today* mempermudah seorang pelajar dalam memperoleh informasi yang diinginkannya tanpa harus memperolehnya dari buku ataupun media cetak. Kemudahan tersebut diharapkan mampu meningkatkan minat membaca dari para

pelajar. Membaca merupakan proses penyerapan informasi yang lebih efektif dari pada mendengar. Hal ini akan berpengaruh positif terhadap kreativitas seseorang. Minat ini perlu ditumbuh kembangkan terus menerus untuk memperoleh pelajar yang cerdas secara religi, intelektual, sosial, dan ekonomi. Sebab membaca merupakan pintu gerbang informasi dan ilmu pengetahuan dan pendukung kecerdasan bangsa. Dengan membaca sejumlah literatur, diskusi, dan mengikuti pertemuan ilmiah, sesorang mampu mengasah otak, memperoleh wawasan, dan meningkatkan ilmu pengetahuan. Selain itu minat membaca yang tinggi adalah modal dasar untuk keberhasilan seorang pelajar.

SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) Shandy Putra Telkom Medan sebagai salah satu sekolah keguruan yang berada di kota Medan, diharapkan mampu memberikan pembelajaran dan sikap yang baik kepada siswa dan siswinya. Siswa dan siswi tersebut harus mendapatkan peemahaman yang baik dari guru–guru beserta staf yang ada di sekolah tersebut. Terutama dalam hal minat membaca mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pelajaran dan berita berkembang yang berhubungan pula dengan pelajaran. Dalam penelitian ini diharapkan dengan adanya fitur *Line Today* yang menyediakan informasi-informasi yang sedang berkembang saat ini memberikan manfaat kepada para pelajar terutama dalam meningkatkan minat baca dikalangan pelajar di SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) Shandy Putra Telkom Medan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka saya tertarik untuk meneliti mengenai adakah **Pengaruh Penggunaan *Line Today* terhadap Minat Baca**

pada Siswa SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) Shandy Putra Telkom Medan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan yang menjadi rumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut, "Adakah Pengaruh antara Penggunaan *Line Today* terhadap Minat Baca pada Siswa SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) Shandy Putra Telkom Medan".

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari adanya ruang lingkup permasalahan yang terlalu luas dan untuk memperjelas serta memberikan batasan pada ruang lingkup permasalahan dengan tujuan menghasilkan uraian yang sistematis, maka dalam hal ini penulis membuat pembatasan masalah yaitu objek penelitian ini dibatasi pada siswa jurusan Teknik Jaringan Akses di SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) Shandy Putra Telkom Medan

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Line Today* terhadap minat baca pada siswa SMK Shandy Putra Telkom Medan.

2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

a. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi dibidang ilmu komunikasi dalam penerpan teori-teori komunikasi khususnya pada kajian penggunaan media sosial *Line (Line Today)* dalam meningkatkan minat baca.
b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian seperti siswa di SMK Shandy Putra Telkom.
c. Secara subjektif. Sebagai suatu sarana untuk melatih dan mengembangkan kemampuan berpikir ilmiah, sistematis dan metodologis penulis dalam menyusun berbagai kajian literature untuk menjadikan suatu wacana baru dalam memperkaya khasanah kepustakaan pendidikan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin '*communis'* atau '*common'* dalam bahasa Inggris yang berarti *sama.* Berkomunikasi berarti kita sedang berusaha untuk mencapai kesamaan makna, *"commonis".* Atau dengan ungkapan yang lain, melalui komunikasi kita mencoba berbagai informasi, gagasan, atau sikap kita dengan partisipasi lainnya. Kendala utama informasi, gagasan atau sikap kita dengan partisipan lainnya. Kendala utama dalam berkomunikasi adalah kita sering mempunyai makna yang berbeda terhadap lambang yang sama. Oleh karena itu, komunikasi seharusnya dipertimbangkan sebagai aktivitas di mana tidak ada tindakan atau ungkapan yang diberi makna secara penuh, kecuali jika di identifikasi oleh participan komunikasi yang terlibat. (Bungin, 2006:257).

Menurut Purwanto (2003:3), komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku atau tindakan. Jadi dalam komunikasi itu terdapat didalamnya suatu proses, terdapat simbol-simbol dan simbol-simbol itu mengandung arti. Arti atau makna simbol disini tentu saja tergantung pada pemahaman dan persepsi komunikan sehingga ada umpan balik *(feedback)* bagi komunikan setelah mendapatkan pesan. Oleh karena itu, komunikasi akan efektif dan tujuan komunikasi akan tercapai, apabila masing-

masing pelaku yang terlibat didalamnya mempunyai persepsi yang sam terhadap simbol.

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau komunikasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang di gunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan sebagainya. Dan perpindahan yang efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tetapi bahwa seseorang mengirimkan berita dan menerimanya sangat tergantung pada ketrampilan-ketrampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara, dan lain- lain) untuk membuat sukses pertukaran informasi.

Menurut Hovland bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain (Widjaya, 2000:26). Adapun pengertian komunikasi yang lain menurut Rogers bersama Kincaid, 1981 mendefenisikan komunikasi sebagai suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saat saling pengertian yang mendalam (dalam Cangara, 2006:19).

Sedangkan menurut Widjaya (2006:11) menyebutkan penyebab komunikasi didalam suatu perusahaan atau organisasi pada umumnya sebagai hubungan ataupun kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan atau dapat diartikan sebagai sarana tukar menukar pendapat atau sebagai kontak antara manusia secara individu ataupun kelompok.

Sebuah defenisi singkat di buat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan : siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikannya, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya (Cangara, 2004:18).

2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran itu juga bisa berupa gagasan, opini dan lain-lain yang dapat muncul dari dirinya. Perasaan biasanya keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegagahan dan sebagainya yang timbul dari dalam hatinya.

Menurut Sendjaja (Bungin, 2006:258), dalam tataran teoritis, paling tidak kita mengenal atau memahami komunikasi dari dua perspektif, yaitu perspektif kognitif dan perilaku. Komunikasi menurut Cherry (dalam Bungin, 2006:258), yang mewakili perspektif kognitif adalah penggunaan lambang-lambang (*symbol)* untuk mencapai kesamaan makna atau berbagi informasi tentang satu objek atau kejadian. Informasi adalah sesuatu (fakta, opini, gagasan) dari satu partisipan kepada partisipan lain melalui penggunaan kata - kata atau lambang lainnya. Jika pesan yang disampaikan diterima secara akurat, *receiver* akan memiliki informasi yang sama seperti yang dimiliki *sender,* oleh karena itu tindak komunikasi telah terjadi.

Menurut Purwanto (2006:11) pada prinsipnya dalam proses komunikasi memiliki 6 (enam) tahapan yaitu:

a. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan

   Sebelum proses penyampaian pesan dilakukan, maka pengirim pesan harus menyampaikan idea tau gagasan apa yang ingin disampaikan pada pihak lain. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber,ide yang diolah dalam benak pengirim disaring dan disusun kedalam suatu memori yang dalam pikiran orang yang memiliki mental yang berbeda. Hal ini disebabkan karena penyerapan berbagai informasi dan pengalaman berbeda-beda dari setiap individu

b. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan

   Pada proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna. Agar ide dapat diterima dan dimengerti dengan sempurna pengirim pesan harus memperhatikan subyek (apa yang ingin disampaikan), maksud (tujuan), penerima pesan, gaya personal dan latar belakang budaya.

c. Pengirim menyampaikan pesan

   Pada saat menyampaikan pesan, dapat digunakan berbagai saluran. Biasanya rantai komunikasi yang digunakan relative pendek, namun ada juga yang cukup panjang. Hal ini akan berpengaruh pada efektivitas penyampaiaj pesan. Ketika penyampaian pesan dapat digunakan berbagai media komunikasi baik media tulisan maupun tulisan.

d. Penerima menerima pesan

Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi bila bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima menerima pesan tersebut.

e. Pengirim menafsirkan pesan

Setelah penerima menafsirkan pesan, tahap berikutnya adalah bagaimana menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan didalam benak penerima pesan. Selanjutnya pesan baru bisa ditafsirkan secara benar bila si penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim.

f. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik ke pengirim

Setelah menerima pesan, penerima akan memberi tanggapan dengan cara tertentu dan member sinyal terhadap pengirim pesan. Sinyal yang diterima oleh penerima pesan beraneka ragam, hal ini tergantung dari pesan yang diterimanya. Umpan balik memegang peranan penting dalam proses komunikasi karena ia member kemungkinan bagi pengirim untuk menilai efektivitas suatau pesan. Disamping itu, adanya umpan balik dapat menunjukkan adanya factor - faktor penghambat komunikasi misalnya : perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata - kata dan perbedaan reaksi secara emosional.

Sedaangkan tahapan proses komunikasi menurut Cultip dkk (dalam Widjaja, 2010:21-22), komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui 4 tahap yaitu :

a. Fact finding adalah mencari dan mengumpulkan fakta dan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi. Untuk berbicara di depan masyarakat perlu dicari fakta dan data tentang masyarakat tersebut keinginannya, komposisinya dan seterusnya.
b. Planning, dari fakta dan data dibuat sesuatu rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya.
c. Communicating, setelah planning disusun maka tahap selanjutnya adalah berkomunikasi
d. Evaluating, penilaian dan menganalisa kembali untuk setiap kali, hasil komunikasi tersebut. Hal ini diperlukan untuk dijadikan bahan bagi perencanaan selanjutnya.

3. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah sebagai saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh mekanisme perubahan, alat untuk mendorong atau mempertinggi motivasi perantara dan sebagai sarana yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya.

Menurut Effendy (2005:27) ada tiga tujuan komunikasi yaitu:

a. Mengubah sikap *(to change the attitude),* yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
b. Mengubah pendapat atau opini *(to change the behavior*), yaitu perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima

c. Mengubah masyarakat *(to change the society*), yaitu tingkat sosial individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.

4. Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi (Cangara,2004:21). Kaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya dapat dilihat sebagai berikut:

a. Sumber : Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source, sender* atau *encoder.*

b. Pesan : Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message, content* atau *information.*

c. Media : Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi.

5. Hambatan – Hambatan Komunikasi

Banyak hal yang bisa menghambat untuk terjadinya komunikasi yang efektif. Menurut Leonard R.S. dan George Strauss dalam Stoner yang dikutip oleh Herujito (2001), ada beberapa hambatan terhadap komunikasi yang efektif, yaitu :

a. Mendengar. Biasanya kita mendengar apa yang ingin kita dengar. Banyak hal atau informasi yang ada di sekeliling kita, namun tidak semua yang kita dengar dan tanggapi. Informasi yang menarik bagi kita, itulah yang ingin kita dengar.
b. Mengabaikan informasi yang bertentangan dengan apa yang kita ketahui.
c. Menilai sumber. Kita cenderung menilai siapa yang memberikan informasi. Jika ada anak kecil yang memberikan informasi tentang suatu hal, kita cenderung mengabaikannya.
d. Persepsi yang berbeda. Komunikasi tidak akan berjalan efektif, jika persepsi si pengirim pesan tidak sama dengan si penerima pesan. Perbedaan ini bahkan bisa menimbulkan pertengkaran, diantara pengirim dan penerima pesan.

B. Komunikasi Massa

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa (*mass media communication*). Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (dalam Rakhmat, 2009:188) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Komunikasi massa membatasi komunikasi dengan menggunakan media massa misalnya, surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film (Effendy, 2006:20).

Menurut Maletzke dalam Rakhmat (2004), mengatakan komunikasi massa sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. Komunikasi massa menurut Wright yang dikutip Rakhmat (2004) dilihat berdasarkan karakteristik utamanya yaitu diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim, pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada dalam organisasi yang kompleks dan melibatkan biaya besar. Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Menurut Wright dalam Nasution (1993:6) komunikasi massa adalah ‘suatu jenis khusus komunikasi yang melibatkan kondisi-kondisi operatif yang

distintif, terutama diantaranya adalah keadaan khalayak,keadaan pengalaman komunikasi *(communication experience)* yang dirasakan oleh mereka yang ikut serta, dan keadaan komunikator.

Sumber komunikasi massa bukanlah individu, melainkan suatu organisasi formal (McQuail, 2003:33). Organisasi yang mengirimkan pesan disebut dengan komunikator, secara profesional menyampaikan pesan kepada khalayak. Pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa tidak menimbulkan kesan unik atau kecenderungan untuk menjadikan keadaan subjektif, tidak beraneka ragam dan cenderung dapat diperhitungkan. Dalam komunikasi massa, pesan yang disampaikan kepada khalayak diproses, distandarisasi dan selalu diperbanyak. Pesan di dalam komunikasi massa merupakan produk dan komuditi yang memiliki nilai tukar secara acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan (McQuail, 2003 : 44).

Komunikasi massa dilihat dari kegiatan komunikasi, adalah: kegiatan komunikasi yang ditujukan kepada orang banyak yang tidak dikenal (bersifat anonim) (Susanto, 2002:2). Selain itu sifat lain dari komunikasi massa adalah bahwa komunikan adalah heterogen (beragam), dari latar belakang budaya, latar belakang ekonomi, latar belakang pendidikan dan lain sebagainya.

Menurut Brittner dalam Sendjaja (2006:158) memberikan definisi komunikasi massa yaitu pesan - pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi ini memberikan batasan pada komponen – komponen dari komunikasi massa yang mencakup pesan -pesan, media (surat kabar, majalah, televisi, radio, dan film) serta khalayak.

C. Teori *Uses and Gratification*

Teori ini merupakan salah satu teori atau pendekatan yang digunakan dalam komunikasi. Teori *uses and gratification* memandang individu sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif. Penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratiftcation*) atas kebutuhan seseorang atau *uses and gratifications* yang ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu. Teori ini tidak tertarik pada apa saja yang dilakukan media pada khalayak, tetapi dia tertarik pada apa saja yang dilakukan khalayak terhadap media. (Effendy dalam Bungin, 2008: 284).

Teori *Uses and Gratification* digambarkan sebagai *a drmatic break with effect tradition of the past,* suatu lompatan dramatis dari teori jarum hipodemik. Teori ini tidak tertarik terhadap apa yang dilakukan media untuk media. Media dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. (Rakhmat, 2004:65). *Uses and gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber yang lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (keterlibatan media kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, dan barang kali termasuk yang tidak kita inginkan. *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan prilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadinya dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada

khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. (Rakhmat 2007:205)

Menurut Blumler dan Katz (dalam Fiske, 2007:213-214) beberapa asumsi mendasar dari uses and gratifications adalah sebagai berikut:

a. Khalayak itu aktif. Khalayak bukanlah penerima yang pasif atas apa pun yang media siarkan. Khalayak memilih dan menggunakan isi program.
b. Para anggota khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik yang bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya.
c. Media bukanlah satu-satunya sumber pemuasan kebutuhan.
d. Orang bisa atau dibuat bisa menyadari kepentingan dan motifnya dalam kasus-kasus tertentu.
e. Pertimbangan nilai tentang signifikansi kultural dari media massa harus dicegah. Semisal, tidaklah relevan untuk menyatakan program-program infotainment itu sampah, bila ternyata ditonton oleh sekian juta penonton.

Namun teori *Uses and Gratification* ini mempunyai beberapa kekurangan dan kelebihan. Beberapa kelebihan dan kekurangan teori *Uses and Gratification* ini antara lain (Baran & Davis, 2009:242) :

Kelebihan dari *teori Uses and gratification* adalah :

a. Mengubah audiens yang cenderung pasif menjadi audiens yang lebih aktif dan selektif.
b. Untuk mengontrol penggunaan media dalam kehidupan kita.

c. Untuk memenuhi kebutuhan–kebutuhan dan pencapaian tujuan dari fungsi media itu sendiri.

Kekurangan dari *teori Uses and Gratification* adalah:

a. Seseorang menjadi ketergantungan terhadap suatu media sehingga tidak dapat berkembang.
b. Audiens akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka dengan media dengan berbagai cara, meskipun itu merugikan dirinya sendiri.
c. Media sering kali menciptakan kebingungan dan ketika hal yang membingungkan itu hadir, ketergantungan kepada media akan meningkat.

D. Teknologi Informasi

Teknologi komunikasi merupakan penerapan prinsip - prinsip keilmuan komunikasi untuk memproduksi item material bagi efektifitas dan efisien proses komunikasi serta untuk menciptakan material (alat-alat teknis) agar meningkatkan kualitas dan kuantias peranan unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, sasaran, dampak, sesuai dengan konteks komunikasi. Dalam cara pandang ilmu komunikasi, teknologi komunikasi merupakan suatu system makro yang didalamnya meliputi teknologi telekomunikasi, teknologi elektronika dan IT (Liliweri,2011:854).

Menurut Bambang Warsita (2008:135) teknologi informasi adalah sarana dan prasarana (*hardware*, *software*, *useware*) sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna. Hal yang sama juga di ungkapkan oleh Lantip dan Rianto (2011:4) teknologi informasi diartikan

sebagai ilmu pengetahuan dalam bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembanganya sangat pesat. Hamzah B. Uno dan Lamatenggo (2011:57) juga mengemukakan teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data

Teknologi komunikasi menyebabkan arus informasi semakin cepat karena digunakan di media massa sebagai teknologi informasi. Menurut Martin dalam Bungin (2006:30) teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi computer (perangkat keras dan lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi. Menurut McKeown dalam Suyanto (2005:10) teknologi informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya.

E. Media Baru *(New Media)*

New Media atau Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20.Teknologi yang digambarkan sebagai "media baru" adalah digital, dan sering kali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif, dan tidak memihak. Media baru *bukanlah* televisi. film, majalah, buku atau publikasi berbasis kertas Media baru *(new media)* adalah bukti nyata dari perkembangan teknologi komunikasi yang bisa langsung kita rasakan. Media baru merupakan perkembangan dari teknologi media yang sudah ada sebelumnya. Salah satu bentuk *new media* yang sekarang

ini dapat dengan mudah kita temui dan tidak lepas dari kehidupan kita adalah internet.

Media baru adalah media yang menggunakan teknologi sebagai alat untuk membantu menyampaikan informasi kepada khalayak dan jangkauannya luas bahkan jarak bukan merupakan halangan untuk mendapatkan informasi secara cepat. Menurut Bungin (2006;153-164) teknologi informasi juga tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa disadarin, komunitas telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya ***(cyber community).***

Menurut McQuail (2011:148) media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagai ciri yang sama yang mana selain baaru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaanya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

F. Media Sosial

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Twitter, Facebook dan Wikipedia. Definisi lain dari social media juga di jelaskan oleh Antony Mayfield (2008). Menurutnya social media adalah media dimana penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar/karakter 3D).

Media sosial menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran *social media* yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar facebook, LinkedIn, dan twitter.

G. Minat Baca

1. Pengertian Minat Baca

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang ada di diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut,semakin besar pula minatnya. Seperti yang di katakan Ardianto dan Erdiyana (2005:164) terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi, penggunaan maupun durasi penggunaan media.

Menurut Djali (2008:121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slamet (2003:180) yang menyatakan bahwa minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

Menurut Kartono (1996: 12) minat merupakan momen dan kecenderungan yang searah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap penting. Menurut Soufia dan Zuchdi (2004: 116) menjelaskan bahwa minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain, pada aktivitas atau objek lain. Sedangkan Slamet (2003: 57) menjelaskan bahwa minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Lebih lanjut Slamet mengemukakan bahwa suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, dapat pula dimanifestasiakan melalui partisipasi dalam satu aktivitas. Siswa yang memiliki minat terhadap subjek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tersebut.

Menurut Sudirman (2003: 76) minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakana bagi dirinya dan ada harapan yang di tuju.

Menurut Sarwono (2006:58), minat adalah sebuah hal yang bersifat pribadi dan karenanya minat sangat berbeda dari waktu ke waktu, tetapi beberapa upaya telah di kembangkan untuk mengkategorikan yang akan bermanfaat untuk tuntutan dalam menemukan minat khusus seseorang.

Sarwono menjelaskan bahwa minat dapat diartikan sebagai berikut:

a. Suatu sikap yang berlangsung terus-menerus yang memberikan pola pada perhatian seseorang sehingga membuat dirinya selektif terhadap objek minat.
b. Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktifitas pekerjaan atau objek yang berharga atau berarti bagi individu.
c. Suatu keadaan motivasi yang menuntun tingkah laku menuju satu arah tertentu. (Sarwono, 2006:70)

Rahim (2005: 28) mengemukakan bahwa minat baca ialah keinginan yang kuat disertai dengan usaha-usaha seseorang untuk membaca. Orang yang mempunyai minat membaca yang kuat akan diwujudkannya dalam kesediaannya untuk mendapat bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadarannya sendiri atau dorongan dari luar.

Menurut Wahadaniah (Ratnasari, 2011: 16) minat baca adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap kegiatan membaca sehingga dapat mengarahkan seseorang untuk membaca dengan kemauannya sendiri atau dorongan dari luar. Minat membaca juga merupakan perasaan senang seseorang terhadap bacaan karena adanya pemikiran bahwa dengan membaca itu dapat diperoleh kemanfaatan bagi dirinya. Minat baca

merupakan suatu kecenderungan kepemilikan keinginan atau ketertarikan yang kuat dan disertai usaha-usaha yang terus menerus pada diri seseorang terhadap kegiatan membaca yang dilakukan secara terus menerus dan diikuti dengan rasa senang tanpa paksaan, atas kemauannya sendiri atau dorongan dari luar sehingga seseorang tersebut mengerti atau memahami apa yang dibacanya.

Dari pendapat di atas dapat ditegaskan bahwa minat baca terkandung unsure perhatian, kemauan, dorongan dan rasa senang untuk membaca. Perhatian bisa dilihat dari perhatiannya terhadap kegiatan membaca, mempunyai kemauan yang tinggi untuk membaca, dorongan dan rasa senang yang timbul dari dalam diri maupun dari pengaruh orang lain. Semua itu merupakan aktivitas yang dilakukan dengan penuh ketekunan dan cenderung menetap.

2. Faktor Timbulnya Minat

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap individu, yaitu :

a. Kebutuhan Kognitif, kebutuhan yang berhubungan dengan pengetahuan, pengertian, pemahaman dan perasaan mengenai lingkungan.
b. Kebutuhan Afektif, kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional.
c. Kebutuhan Konatif, sebuah gabungan dari kebutuhan kognitif dan afektif yang memunculkan tindakan individu. (Sarwono, 2006:73)

3. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Baca

Dawson dan Bamman (Rahman, 1985: 6-8) mengemukakan prinsip-prinsip yang mempengaruhi minat baca sebagai berikut.

a. Seseorang atau siswa dapat menemukan kebutuhan dasarnya lewat bahan-bahan bacaan jika topik, isi, pokok persoalan, tingkat kesulitan, dan cara penyajiannya sesuai dengan kenyataan individunya. Isi dari bahan bacaan yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan individu, merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat bacanya.
b. Kegiatan dan kebiasaan membaca dianggap berhasil atau bermanfaat jika siswa memperoleh kepuasan dan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasarnya, yaitu rasa aman, status, kedudukan tertentu, kepuasan efektif dan kebebasan yang sesuai dengan kenyataan serta tingkat perkembangannya. Jika kegiatan membaca dianggap menguntungkan seseorang, maka membaca merupakan suatu kegiatan yang dianggap sebagai salah satu kebutuhan hidupnya.
c. Tersedianya sarana buku bacaan dalam keluarga merupakan salah satu faktor pendorong terhadap pilihan bahan bacaan dan minat baca. Ragam bacaan yang memadai dan beraneka ragam dalam keluarga akan sangat membantu anak dalam meningkatkan minat baca.
d. Tersedianya sarana perpustakaan sekolah yang relatif lengkap dan sempurna serta kemudahan proses peminjamannya merupakan faktor besar yang mendorong minat baca siswa

e. Adanya program khusus kurikuler yang memberikan kesempatan siswa untuk membaca secara periodik di perpustakaan sekolah sangat mendorong perkembangan dan peningkatan minat baca siswa.

f. Saran-saran teman sekelas sebagai faktor eksternal dapat mendorong timbulnya minat baca siswa. Pergaulan teman dalam sekolah menjadi salah satu faktor penting dalm pembentukan minat. Siswa yang berminat terhadap kegiatan membaca, akan lebih sering mengajak temannya ikut melakukan kegiatan membaca baik di dalam kelas ataupun perpustakaan sehingga memberikan pengaruh positif juga terhadap temannya.

g. Faktor guru yang berupa kemampuan mengelola kegiatan dan interaksi belajar mengajar, khususnya dalam program pengajaran membaca. Guru yang baik harus mengetahui karakteristik dan minat anak. Guru bisa menyajikan bahan bacaan yang menarik dan bervariasi supaya siswa tidak merasa bosan.

h. Faktor jenis kelamin juga berfungsi sebagai pendorong pemilihan buku bacaan dan minat baca siswa. Anak perempuan biasanya lebih suka membaca novel, cerita drama maupun cerita persahabatan, sedangkan anak laki-laki biasanya lebih suka cerita bertema kepahlawanan.

Menurut Tarigan (2008:106), ada dua faktor yang mempengaruhi minat baca yaitu :

a. Faktor penyediaan waktu membaca.

b. Pemilihan bacaan yang baik.

BAB III

PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kuantitatif, dalam (Sugiyono,2013), menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan insturmen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Maka hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

Jenis peneldxitian ini adalah jenis penelitian korelasional ialah metode yang mencari hubungan atau korelasi diantara variable - variabel yang dicari. Penelitian korelasi menggambarkan suatu pendekatan umum untuk penelitian yang berfokus pada penaksiran kovariasi diantara variabel yang muncul secara alami. Tujuan penelitian korelasi adalah untuk mengidentifikasi hubungan prediktif dengan menggunakan teknik korelasi atau teknik statistik yang lebih canggih. Hasil penelitian korelasi juga mempunyai implikasi untuk pengambilan keputusan, seperti tercermin dalam penggunaan prediksi aktuarial secara tepat. Keterbatasan yang paling besar dari penelitian korelasi adalah masalah penafsiran hubungan kausal (dalam Sugiyono, 2013:121).

B. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya.

Adapun yang menjadi hipotesisnya adalah :

1. Ha : Terdapat pengaruh antara penggunaan Line Today terhadap Minat Baca Siswa SMK Telkom Medan.
2. Ho : Tidak Terdapat pengaruh antara penggunaan Line Today terhadap Minat Baca Siswa SMK Telkom Medan.

C. Operasional Variabel

1. Defenisi Konsep

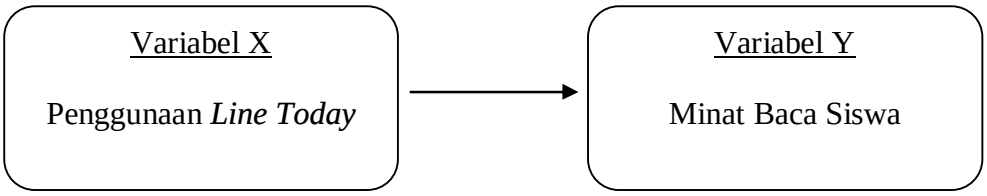
Menurut Singarimbun (2006:45), konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama. Dari uraian diatas, digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti, yaitu:

a. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan antara satu orang ke orang lain.
b. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.
c. Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan tanpa bertatap muka.
d. Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang ada di diluar dirinya.

2. Kerangka Konseptual

Menurut Sekaran (2003:87) bahwa kerangka konseptual mendisuksikan mengenai hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Mengembangkan kerangka konseptual membantu kita untuk menghipotesis dan menguji berbagai hubungan dan pengaruh sehingga memperjelas pemahaman kita mengenai dinamika situasi yang kita teliti. Kerangka konseptual menurut Kuncoro (2003:4) adalah pondasi utama dari proyek penelitian, hal ini merupakan jaringan hubungan antar variabel yang secara logis diterangkan, dikembangkan, dan dielaborasi dari perumusan masalah yang telah diidentifikasi melalui proses wawancara, observasi dan *survey literature*. Menurut Sarwono (2006:58), minat adalah sebuah hal yang bersifat pribadi dan karenanya minat sangat berbeda dari waktu ke waktu, tetapi beberapa upaya telah di kembangkan untuk mengkategorikan yang akan bermanfaat untuk tuntutan dalam menemukan minat khusus seseorang.

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual



3. Defenisi Operasional

Menurut Nawawi (2005:37), mengemukakan bahwa setelah jumlah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan defenisi operasional sebagai hasil pemikiran rasional yang kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai.

a. Variabel Bebas atau independent variable (X), yaitu variable yang diduga sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Yang menjadi variabel bebas yaitu Penggunaan Line Today.
b. Variabel Terikat atau dependent variabel (Y), yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat yaitu Minat Baca.

Tabel 3.1. Defenisi Operasional

Variabel Penelitian	Indikator
Penggunaan Line Today	Frekuensi berita yang muncul
	Isi berita yang ditawarkan
	Tema yang diangkat
Minat Baca	Faktor penyediaan waktu membaca
	Pemilihan bacaan yang baik

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2005:90). Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai, test ataupun peristiwa yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian (Nawawi, 2005:4).

Dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah siswa jurusan Teknik Jaringan Akses di SMK Telkom Medan. Berikut ini tabel populasi siswa jurusan Teknik Jaringan Akses di SMK Telkom Medan.

Tabel 3.2. Populasi Murid di SMK Telkom Medan

Kelas	Jumlah
X	107
XI	105
XII	112
Jumlah	210

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2003:91). Pengambilan sebagian itu dimaksudkan sebagian refresentatif dari seluruh populasi, sehingga kesimpulan juga berlaku bagi keseluruhan populasi. Sampel adalah sebagian populasi yang diambil menggunakan cara-cara tertentu (Nawawi, 2005:16). Menurut Sugiyono (2007:53-77) menjelaskan yang dimaksud dengan *proportional stratified sampling* yakni penentuan sampel dimana populasi dikelompokkan ke dalam strata tertentu dengan proporsi yang seimbang sesuai dengan posisi dalam populasi.

Menurut Arikunto (2002:120), bila populasi kurang dari 100 orang maka diambil keseluruhannya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika populasi lebih dari 100 orang maka dapar diambil 10-15 persen atau 20 - 25 persen sampel atau lebih. Dalam penelitian ini proporsi penentuan sampel dari populasi diatas yakni sebesar 15%.

Kelas X $= \frac{15}{100} x\ 107 = 16{,}05 = 16$ orang.

Kelas XI $= \frac{15}{100} x\ 105 = 15{,}7 = 16$ orang.

Kelas XII $= \frac{15}{100} x\ 112 = 16{,}80 = 17$ orang.

Tabel 3.3. Sampel Murid di SMK Telkom Medan

Kelas	Jumlah
X	16
XI	16
XII	17
Jumlah	49

Berdasarkan perhitungan proporsi sampel diatas diperoleh sampel sebesar 49 orang. Maka sampel dalam penelitian ini yaitu murid jurusan Teknik Jaringan Akses di SMK Telkom Medan yang berjumlah 49 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data dan informasi, keterangan - keterangan yang diperlukan penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data Primer

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data yang lengkap dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data primer tersebut dilakukan dengan cara berikut :

a. Metode Angket (kuisioner)

Yaitu teknik pengumpulan data melalui pemberian daftar pertanyaan secara tertutup kepada responden yang dilengkapi dengan berbagai alternatif jawaban. Respondennya adalah siswa jurusan Teknik Jaringan Akses. Untuk membantu dalam menganalisa data yang diperoleh dalam penelitian, maka penelitian ini menggunakan teknik penentuan skor. Teknik penentuan skor yang

digunakan adalah dengan skala ordinal untuk menilai jawaban kuisioner responden. Adapun skor yang ditentukan untuk setiap pertanyaan adalah :

1) Untuk alternative jawaban SS diberi skor 5
2) Untuk alternative jawaban S diberi skor 4
3) Untuk alternative jawaban KS diberi skor 3
4) Untuk alternative jawaban TS diberi skor 2
5) Untuk alternative jawaban STS diberi skor 1

b. Metode Observasi

Pelaksanaan pengamatan secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang berkaitan dengan fokus penelitian.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder merupakan bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan-bahan berupa, buku, jurnal, makalah, artikel, dan berbagai tulisan lainnya yang menyangkut dalam penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka - angka kemudian menarik kesimpulan dan pengujian tersebut. Alat uji statistik yang akan di gunakan adalah :

1. Koefisien Korelasi Product Moment

Cara ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya dan besar kecilnya hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2005:193). Cara perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$rxy = \frac{N.\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N.\sum_{x2} - (\sum x)2\}\{N.\sum_{y2} - (\sum y)2\}}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

x = variabel bebas

y = variabel terikat

n = jumlah sampel

Dari hasil perhitungan tersebut akan memperlihatkan kemungkinan-kemungkinan sebagai berikut :

a. Koefisien korelasi yang diperoleh sama dengan nol (r = 0) berarti hubungan kedua variabel yang diuji tidak ada.
b. Koefisien korelasi yang diperoleh positif (r = +) berarti kenaikan nilai variabel yang satu, diikuti nilai variabel yang lain dan kedua variabel memiliki hubungan positif.
c. Koefisien korelasi yang diperoleh negatif (r = -) berarti kedua variabel negatif dan menunjukkan meningkatnya variabel yang satu diikuti menurunnya variabel yang lain.

Untuk mengetahui adanya hubungan yang tinggi, sedang atau rendah antar kedua variabel berdasarkan nilai r (koefisien korelasi) digunakan penafsiran atau interprestasi angka yang dikemukanan oleh (Sugiyono 2005:214).

Tabel 3.4. Pedoman untuk memberikan interprestasi Koefisien Korelasi

Interprestasi Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Dengan nilai r yang diperoleh maka dapat diketahui apakah nilai r yang diperoleh berarti atau tidak dan bagaimana tingkat hubungannya melalui tabel korelasi. Tabel korelasi menentukasn batas-batas r yang signifikan. Bila r tersebut signifikan, artinya hipotesis kerja dan alternatif dapat diterima.

2. Koefisien Determinan

Menurut Sugiyono (2003:153), Teknik ini digunakan untuk mengetahui berapa persen besarnya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus dari koefisien determinan yaitu :

$D = (r_{xy})^2 \times 100\ (\%)$

Keterangan :

D = koefisien Determinant

$(r_{xy})^2$ = Koefisien Product Moment antara x dan y.

G. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menentukan dan mengambil objek atau lokasi penelitiannya di SMK Telkom Medan. Waktu penelitian dimulai dari bulan Juli hingga September 2017.

H. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat

SMK TELKOM Medan berdiri pada tahun 1992, pada awal berdirinya beralamat di Jl. Sehati No. Medan (Menyewa tempat di Sekolah Siloam) selanjutnya pada tahun 1995 menempati Gedung sendiri dengan alamat Jl. Jamin Ginting km. 11,1 No. 9 C Medan. SMK TELKOM Medan merupakan lembaga pendidikan dan pelatihan dibawah naungan Dinas Pendidikan Pemerintah Kota Medan, yakni sebagai bagian yang terpadu dalam sistem pendidikan menengah dalam bentuk teknis pelaksanaan untuk Pengembangan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Pada awal berdirinya Program DIKLAT yang diselenggarakan hanya 1 (satu) yaitu Bid. Keahlian Teknik Telekomunikasi, Program Keahlian Teknik Suitsing.

Perkembangan terakhir, Program Keahlian Teknik Suitsing berdasarkan SK Badan Akreditasi Sekolah Propinsi Sumatra Utara No. Mk. 001853 tanggal 7 Pebruari 2006 SMK TELKOM Medan telah di-Akreditasi dengan hasil “A“ (Amat baik). Pada Tahun Pelajaran 2004/ 2005 berdasarkan SK. Kepala Dinas Pendidikan Kota Medan No. 420/ 805 S/ 2005 tanggal 29 Juni 2005, diterbitkan

izin operasional Bidang Keahlian Teknologi Informasi dan Komunikasi, Program Keahlian Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ).

Pada bulan Januari tahun 2007 merupakan era baru bagi Pengelolaan Sekolah, yaitu dengan ditandatanganinya Perjanjian Kerja Sama (PKS) antara Sekolah dengan PPPG Teknologi Medan (sebagai konsultan) dan PT. SAI Global (sebagai Lembaga Sertifikasi) untuk dilaksanakannya proses penerapan Manajemen Mutu ISO 9001:2008 terhadap SMK TELKOM Medan, yang diharapkan pada awal Juli tahun 2007 sudah di-Sertifikasi.

Dengan ISO 9001:2008 SMK TELKOM Medan siap melayani dan melaksanakan peningkatan mutu pendidikan yang mampu bersaing di era global. Pada tahun 2013/2014 adalah perubahan yang sangat mendasar yaitu menghapuskan Program Studi TEKNIK SWITSING dengan dasar pertimbangan kurangnya peminat Program Studi tersebut dan penambahan program keahlian yaitu

- Program kealian Teknik Jaringan Akses
- Program keahlian Multimedia
- Program keahlian Rekayasa Perangkat Lunak

2. Visi dan Misi

a. Visi :

Menjadi Penyelenggara Diklat yang unggul untuk menghasilkan tamatan yang mampu bersaing pada Pasar Kerja Nasional dan atau Global / Internasional.

b. Misi :

Meningkatkan mutu tamatan yang memliki kompetensi berstandar Nasional dan atau Internasional melalui ;

1) Pengembangan dan penyelenggaraan DIKLAT yang sesuai dengna kebutuhan Pasar Kerja Nasional dan Internasional (Global).
2) Pemberdayaan dan peningkatan kualitas SDM Sekolah (tenaga edukatif dan non edukatif), fasilitas dan sumber daya lingkungan yang sesuai dengan tuntutan dan perubahan Global.
3) Pengembangan bahan ajar unutk mendukung pembelajaran yang mengacu dan berdasarkan kajian kompetensi standar.
4) Pengembangan dan implementasi manajemen mutu yang mengacu pada ISO 9001 : 2008.
5) Penataan lingkungan belajar yang mendukung kegiatan pembelajaran yang efektif dan efisien guna mewujudkan kompetensi tamatan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja Global.

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Untuk memperoleh data yang diperlukan, maka salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada responden selama melakukan penelitian di SMK Telkom Shandy Putra Medan. Adapun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, dimana responden diharuskan memilih salah satu alternatif jawaban yag tersedia. Setiap jawaban akan diberikan nilai atau skor. Penulis akan menyajikan penelitian yang telah dilakukan selama penulisan skripsi ini dengan menyebarkan kuesioner. Adapun kuesioner yang disebarkan terdiri atas 2 variabel, yaitu :

a. Variabel bebas/Penggunaan Line Today (X) terdiri atas 7 pertanyaan.
b. Variabel terikat/Minat Baca (Y) terdiri atas 5 pertanyaan.

Bagian ini dimaksudkan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel yang diteliti tersebut yang kemudian akan digunakan dalam analisa data untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel program penggunaan Line Today dengan variabel minat baca dan sekaligus untuk menguji hipotesis. Untuk menentukan nilai pada jenis pertanyaan dari suatu indikator, digunakan skala yang mengurutkan dari suatu tingkat sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Jadi nilai masing-masing alternatif 5 (lima) jawaban yang telah disediakan adalah sebagai berikut:

1. Jawaban “SS” bernilai 5 untuk tingkat sangat tinggi
2. Jawaban “S” bernilai 4 untuk tingkat tinggi
3. Jawaban “KS” bernilai 3 untuk tingkat sedang
4. Jawaban “TS” bernilai 2 untuk tingkat rendah
5. Jawaban “SKS” bernilai 1 untuk tingkat sangat rendah

A. Karakteristik Responden

Data karakteristik responden dimaksudkan untuk mengidentifikasi responden. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan yang menjadi sampel responden berjumlah 49 orang. Karakteristik responden ini meliputi jenis kelamin dan usia. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel-tabel yang diuraikan peneliti di bawah ini:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - laki	22	44.9
2	Perempuan	27	55.1
	Jumlah	49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Dari data pada tabel klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin diatas, 27 responden (55.1%) berjenis kelamin perempuan sedangkan 22 responden (44.9%) berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan.

6. Jawaban “SS” bernilai 5 untuk tingkat sangat tinggi
7. Jawaban “S” bernilai 4 untuk tingkat tinggi
8. Jawaban “KS” bernilai 3 untuk tingkat sedang
9. Jawaban “TS” bernilai 2 untuk tingkat rendah
10. Jawaban “SKS” bernilai 1 untuk tingkat sangat rendah

B. Karakteristik Responden

Data karakteristik responden dimaksudkan untuk mengidentifikasi responden. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan yang menjadi sampel responden berjumlah 49 orang. Karakteristik responden ini meliputi jenis kelamin dan usia. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel-tabel yang diuraikan peneliti di bawah ini:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - laki	22	44.9
2	Perempuan	27	55.1
	Jumlah	49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Dari data pada tabel klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin diatas, 27 responden (55.1%) berjenis kelamin perempuan sedangkan 22 responden (44.9%) berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2. karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	16 Tahun	11	22.5
2	17 Tahun	30	61.2
3	18 Tahun	8	16.3
	Jumlah	94	100

Sumber ; Kuesioner 2017

Dari data pada tabel klasifikasi responden berdasarkan usia diatas, 30 responden (61.2%) berada pada usia 17 tahun sedangkan 11 orang responden (22.5%) berada pada usia antara 16 tahun dan 8 orang responden (16.3%) berada para usia 18 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa para siswa yang menjadi responden mayoritas berada pada usia 17 tahun.

C. Deskripsi Variabel

1. Variabel Penggunaan Line Today (Variabel X)

Tabel 4.3

Frekuensi Berita Pada Line Today Sangat Sering

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	16	32.7
2	Setuju	27	55.1
3	Kurang Setuju	6	12.2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 27 orang responden (55.1%) menyatakan setuju terkait frekuensi berita pada Line Today sangat sering, 16 responden (32.7%) menyatakan sangat setuju, 6 responden (12.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa menganggap bahwa frekuensi berita yang muncul pada Line Today sangat sering sehingga para siswa memperoleh informasi yang cukup memadai melalui berita yang muncul pada Line Today.

Tabel 4.4

Saya Selalu Membaca Berita Pada Line Today

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	36.7
2	Setuju	27	55.1
3	Kurang Setuju	4	8.2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 27 orang responden (55.1%) menyatakan setuju terkait saya selalu membaca berita pada Line Today, 18 responden (36.7%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (8.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa merasa cukup sering membaca berita yang muncul pada Line Today, hal ini dikarenakan Line Today memberikan kemudahan kepada siswa untuk memperoleh berita atau informasi yang mereka perlukan.

Tabel 4.5

Berita Yang Ada Pada Line Today Tidak Membosankan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	36.7
2	Setuju	23	47
3	Kurang Setuju	8	16.3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 23 orang responden (47%) menyatakan setuju terkait berita yang ada pada Line Today tidak membosankan, 18 responden (36.7%) menyatakan sangat setuju, 8 responden (16.3%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa menganggap bahwa berita yang muncul pada Line Today sangat menarik untuk dibaca.

Tabel 4.6

Saya Tertarik Untuk Membaca Berita Pada Line Today

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	19	38.8
2	Setuju	22	44.9
3	Kurang Setuju	8	16.3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 22 orang responden (44.9%) menyatakan setuju terkait saya tertarik untuk membaca berita pada Line Today, 19 responden (38.8%) menyatakan sangat setuju, 8 responden (16.3%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa merasa tertarik untuk membaca berita dan mencari informasi melalui berita yang muncul pada Line Today dibandingkan membaca berita melalui media lainnya.

Tabel 4.7

Line Today Menampilkan Berita-Berita Yang Aktual

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	34.7
2	Setuju	25	51
3	Kurang Setuju	7	14.1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 25 orang responden (51%) menyatakan setuju terkait Line Today menampilkan berita-berita yang aktual, 17 responden (34.7%) menyatakan sangat setuju, 7 responden (14.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa menganggap bahwa Line Today menampilkan berita-berita yang aktual dan terbaru. Hal ini membuat mayoritas responden merasa puas dengan berita yang ditampilkan oleh Line Today.

Tabel 4.8

Pilihan Berita Pada Line Today Sangat Beragam

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	14	28.6
2	Setuju	31	63.2
3	Kurang Setuju	4	8.2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 31 orang responden (63.2%) menyatakan setuju terkait pilihan berita pada Line Today sangat beragam, 14 responden (28.6%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (8.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa menganggap tersedianya beragam pilihan berita yang tersedia pada Line Today. Pilihan berita yang beragam membuat mayoritas responden menjad ikan Line Today sebagai pilihan untuk mencari informasi yang diinginkan.

Tabel 4.9

Line Today Menawarkan Berita Atau Informasi Yang Sesuai Dengan Keinginan Siswa

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	34.7
2	Setuju	26	53.1
3	Kurang Setuju	6	12.2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

B erdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 26 orang responden (35.1%) menyatakan setuju terkait Line Today menawarkan berita atau informasi yang sesuai dengan keinginan siswa, 17 responden (34.7%) menyatakan sangat setuju, 6 responden (12.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa menganggap bahwa Line Today memberikan berita atau informasi yang sesuai dengan selera dan kebutuhan dari mayoritas responden.

2. Variabel Minat Baca (Variabel Y)

Tabel 4.10

Line Today Mampu Meningkatkan Minat Membaca Berita Pada Siswa

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	16	32.6
2	Setuju	29	59.2
3	Kurang Setuju	4	8.2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 29 orang responden (59.2%) menyatakan setuju terkait Line Today mampu meningkatkan minat membaca berita pada siswa, 16 responden (32.7%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (8.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa merasa bahwa ketertarikan membaca berita yang ada pada Line Today secara tidak langsung mampu meningkatkan minat membaca dari siswa tersebut.

Tabel 4.11

Intensitas Siswa Dalam Membaca Berita Yang Ada Pada Line Today Cukup Tinggi

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	19	38.8
2	Setuju	24	49
3	Kurang Setuju	6	12.2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 24 orang responden (49%) menyatakan setuju terkait intensitas siswa dalam membaca berita yang ada pada Line Today cukup tinggi, 19 responden (38.8%) menyatakan sangat setuju, 6 responden (12.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa merasa bahwa intensitas para responden dalam membaca berita pada Line Today cukup tinggi.

Tabel 4.12

Saya Sering Menyisihkan Waktunya Untuk Membaca Berita Yang Ada Pada Line Today

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	30.6
2	Setuju	30	61.2
3	Kurang Setuju	4	8.2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 30 orang responden (62.2%) menyatakan setuju terkait saya sering menyisihkan waktunya untuk membaca berita yang ada pada Line Today, 15 responden (30.6%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (8.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa menyisihkan waktu luangnya untuk dapat membaca berita yang muncul di Line Today.

Tabel 4.13

Saya Memilih Berita yang Berhubungan Dengan Pelajaran Sekolah

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	19	38.8
2	Setuju	28	57.1
3	Kurang Setuju	2	4.1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 28 orang responden (5.1%) menyatakan setuju terkait saya memilih berita yang berhubungan dengan pelajaran sekolah, 19 responden (38.8%) menyatakan sangat setuju, 2 responden (4.1%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa dalam memilih berita yang ingin dibaca pada Line Today merupaka berita yang berhubungan dengan pelajaran yang ada di sekolah.

Tabel 4.14

Saya Tertarik Dengan Tema Berita Yang Ada Pada Line Today

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	42.8
2	Setuju	24	49
3	Kurang Setuju	4	8.2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		49	100

Sumber : Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel distribusi responden diatas diperoleh hasil bahwa 24 orang responden (49%) menyatakan setuju terkait saya tertarik dengan tema berita yang ada pada Line Today, 21 responden (42.8%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (8.2%) menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa menganggap bahwa tema berita yang ada pada Line Today mampu menarik minat pada siswa.

D. Analisis Data

1. Koefisien Korelasi Product Moment

Diketahui : **N : 49**

∑x : 1421

∑y : 1029

∑x² : 42002

∑y² : 22217

∑xy : 30435

Maka $r_{xy} = \dfrac{N.\Sigma_{XY} - (\Sigma_X)(\Sigma_Y)}{\sqrt{\{N.\Sigma_{X^2} - (\Sigma_X)^2\}\{N.\Sigma_{Y^2} - (\Sigma_Y)^2\}}}$

$$rx\,y = \frac{49\,.\,30435 - (1421)(1029)}{\sqrt{\{(49\,.42002) - (1421)^2\}.\{(49.222217) - (1029)^2\}}}$$

$$rx\,y = \frac{1491315 - 1462209}{\sqrt{(2058098 - 2019241).(1088633 - 1058841)}}$$

$$rx\,y = \frac{29106}{\sqrt{38857.29792}}$$

$$rx\ y = \frac{29106}{34023{,}93}$$

$$rx\ y = 0{,}855$$

Dengan hasil perhitungan diperoleh koefisien yang positif sebesar 0,855 antara variabel penggunaan Line Today (Variabel X) dan variabel minat baca (Variabel Y), dimana kenaikan variabel yang satu akan diikuti dengan kenaikan variabel yang lainnya, artinya hubungan yang positif tersebut mengartikan bahwa semakin baik penggunaan Line Today maka akan semakin baik pula minat baca di kalangan siswa di SMK Telkom Shandy Putra Medan. Hasil perhitungan nilai koefisien korelasi product moment diperoleh rxy sebesar 0,855 dan r tabel pada derajat bebas 47 sebesar 0,237 dengan jumlah sampel sebanyak 49 orang dengan ketentuan jika r hitung ≥ r tabel maka Ha diterima dan H0 ditolak.

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel X dan variabel Y, maka tabel korelasi di tampilkan kembali sebagai berikut.

Tabel 4.15. Interpretasi Koefisien Korelasi *Product Moment*

Interval Korelasi	**Tingkat Hubungan**
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 0,99	**Sangat Tinggi**

Sumber: Sugiyono (2008)

Dengan mengkonsultasikan r yang diperoleh dengan tabel pedoman interpretasi diatas maka dapat dilihat bahwa r = 0,855 berada pada interval koefisien 0,80 – 0,99 jadi tingkat hubungan/pengaruh antara variabel X dan variabel Y berada pada titik sangat tinggi.

2. Koefisien Determinan

Teknik ini digunakan berapa persen besarnya pengaruh variabel bebas/independen (X) terhadap variabel terikat/dependen (Y). Namun sebelum menentukan Koefisien Determinasi maka harus ditentukan sebelumnya r (nilai Koefisien Korelasi *Product Moment*) yaitu sebagai berikut :

Penggunaan tekhnik analisa ini dilakukan untuk mengetahui berapa besar pengaruh antar variabel X dan variabel Y. Dari hasil r (koefisien korelasi) diatas, maka besarnya pengaruh tersebut dapat dihitung sebagai berikut :

$$\mathbf{D = (rxy)^2 \times 100\%}$$

$$\mathbf{= (0,855)^2 \times 100\%}$$

$$\mathbf{= 0{,}7310 \times 100\%}$$

$$\mathbf{= 73{,}10\%}$$

Dari perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh antara variabel X (penggunaan Line Today) terhadap variabel Y (Minat Baca) adalah sebesar 73.10% dan sisanya sebesar 26,90% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang sangat kuat antara penggunaan Line Today dan minat baca pada siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

a. Berdasarkan hasil penghitungan korelasi product moment yang dilakukan diperoleh hasil r hitung sebesar 0,855 dan r tabel sebesar 0,237 artinya r hitung lebih besar daari r tabel dan berada pada taraf sangat tinggi, maka terdapat pengaruh antara penggunaan Line Today dengan minat baca pada siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan.
b. Dapat diketahui dari pengujian koefisien determinan diperoleh hasil 73.10%, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat tinggi antara penggunaan Line Today dengan minat baca pada siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan.
c. Adanya pengaruh antara program radio After School berada pada titik sangat, hal ini mungkin disebabkan oleh tersedianya berita dan infomasi yang beragam pada Line Today memberikan kemudahan bagi para siswa untuk memperoleh informasi yang ia butuhkan sehingga secara tidak langsung menimbulkan minat membaca dari para siswa, karena kebanyakan siswa cenderung malas jika harus mencari informasi atau berita sehingga kemudahan akses ini yang memberikan dampak cukup signifikan terhadap minat baca siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh tentang pengaruh penggunaan Line Today terhadap minat baca pada siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan. Maka dapat dikemukakan saran- saran sebagai berikut

a. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa tersedianya berita yang beraneka ragam pada Line Today memberikan dampak yang baik bagi keinginan siswa untuk membaca berita, dengan adanya beragam berita maka para siswa memiliki beragam pilihan berita yang tertarik untuk ia baca.
b. Kemudahan akses Line Today juga member efek positif bagi minat baca, karena Line Today merupakan salah fitur yang ada pada aplikasi Line yang digunakan sehari-hari oleh mayoritas siswa SMK Telkom Shandy Putra Medan.
c. Pemilihan tema berita yang berhubungan dengan pelajaran sekolah perlu diperbanyak agar minat baca para SMK Telkom Shandy Putra Medan semakin baik ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendektan Praktik.* Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.

Baran, Stanley J. & Dennis K. Davis. 2009. "*Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan"*.Edisi Kelima. Terjemahan. Jakarta: Salemba Humanika.

Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, Dan Diskursus. Teknologi Komunikasi Di Masyarakat. Jakarta

Bungin, Burhan. 2008.Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse. Teknologi Komunikasi di Masyarakat). Jakarta:

Cangara, Hafied. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada. Media Group.

Cangara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi, Raja Grafindo, Yogyakarta.

Dailey, Patrick R. 2009."Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture. Burlington, Linkage".

Djaali. 2008. Psikologi Pendidikan. PT. Bumi Aksara. Jakarta

Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Effendy, Onong Uchjana. 2007.Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek). Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Erdinaya dkk. 2005. Komunikasi Massa. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Fiske, John. 2007. Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling. Komprehensif. Yogyakarta.

Herujito, Y. 2001. Dasar-dasar Manajemen Grasindo: Jakarta.

Kartono, Kartini. 1996. Komunikasi Massa Sebuah Analisa Media Televisi. Jakarta: Rhineka Cipta.

Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Lantip dan Riyanto, 2011. Teknologi Informasi Pendidikan Yogyakarta : Gava Media,

Liliweri. Alo, 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta. Kencana. Prenada Media Group.

McQuail. Dennis. 2003, Teori Komunikasi Massa, Jakarta: Erlangga.

McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.

Nawawi. Hadari. 2005. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gadjah Mada. University Press.

Purwanto,J. 2003. *Komunikasi Bisnis*. Edisi 3, Erlangga, Jakarta.

Purwanto,J. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Edisi 4, Erlangga, Jakarta.

Rahman, dkk. 1985. Minat Baca Murid SD di Jawa Timur. Jakarta: Depdikbud.

Rakhmat. Jalaludin, 2004. Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Rakhmat, Jalaludin, 2007. Psikologi Komunikasi, Bandung : Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddian. 2009. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Singarimbun, M. 2006, *Metode Penelitian Survai*, Penerbit Pustaka LP3ES, Jakarta.

Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Business Fourth Edition*. New York: John Wiley and Sons, Inc.

Sendjaja. Djuarsa, S. .2006. Teori komunikasi, Jakarta :Pusat Penerbitan. Universitas Terbuka.

Slamet, M. 2003. Pemberdayaan Masyarakat. Dalam Membetuk Pola Perilaku Manusia Pembangunan. Disunting oleh Ida Yustina dan Adjat Sudradjat. Bogor: IPB Press.

Sudirman. 2003. Media Pendidikan Pengertian, Pengembangan dan. Pemanfaatannya. Jakarta: PT Raja Grafindo.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Administrasi, Alfabeta : Jakarta.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Administrasi. Bandung. Alfabeta.

Susanto. Azhar. 2002. Sistem Informasi Manajemen, Edisi 2. Lingga Jaya. Bandung.

Warsita, Bambang. 2008. Teknologi Pembelajaran: Landasan &Aplikasinya,. Jakarta: Rineka.

Widjaja, H, A, W. 2006. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Raja Grafindo Jakarta.

Widjaja, H, A, W. 2010. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Raja Grafindo Jakarta.

Yunita Ratnasari. 2011. *"Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya terhadap Minat Baca Siswa Kelas V SD Negeri Bojongsari I Kabupaten Purbalingga"*. Skripsi. Yogyakarta: FIP.

Wikipedia.org diakses pada tanggal 16 Juni 2017 Pukul 14.28 WIB.