

# Pengaruh Konten Media Sosial Line Today Terhadap Minat Baca Remaja Akhir di Kota Bekasi

Stefanus Imanuel<sup>1)</sup>, Nani Kurniasari<sup>2)</sup>

Ilmu Komunikasi, Fakultas Industri Kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav.22, Jakarta, 13210

<sup>1)</sup> Email: Stefansimanuel@gmail.com

<sup>2)</sup> Email: nani.kurniasari@kalbis.ac.id

**Abstract:** *One of the most used social media in Indonesia is Line. Line has feature, named Line Today which provides a variety of news for its users. Indonesian people's reading interest is also relatively low, especially teenagers. With Line Today that provides various kind of news, researcher wants to find out the effect of Line Today content on teenagers reading interest in Bekasi. This research is conducted using a survey method and an online questionnaire instrument that was created using google form, and distributed to 100 respondents. This study uses Stimulus-Response theory as the foundation of this research. The results of this research is Line Today has an influence on teenagers reading interest in Bekasi by 69,5%. In addition, the level of relationship between two variables is very strong, because the pearson correlation calculation shows the number 0,834. In the t test, ho is rejected and ha is accepted because the t arithmetic is larger than the t table, which is 14,943 > 1,985.*

**Keywords:** *content, line today, news, reading interest, S-R theory*

**Abstrak:** *Salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah Line. Line memiliki fitur yaitu Line Today yang menyediakan berbagai macam berita untuk penggunanya. Minat baca masyarakat Indonesia juga tergolong rendah, terutama para remaja. Dengan adanya Line Today yang menyediakan berbagai macam berita, peneliti ingin mencari tau pengaruh konten Line Today terhadap minat baca masyarakat, terutama remaja akhir di Kota Bekasi. Penelitian dilakukan menggunakan metode survei dan instrumen kuesioner online yang dibuat menggunakan google form, serta disebar kepada 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan teori Stimulus-Respon sebagai landasan teorinya. Hasil dari penelitian ini adalah konten Line Today memiliki pengaruh terhadap minat baca remaja akhir di Kota Bekasi sebesar 69,5%. Selain itu, tingkat hubungan antara kedua variabel sangat kuat, karena perhitungan korelasi pearson menunjukkan angka 0,834. Di dalam uji t, ho ditolak dan ha diterima dengan alasan bahwa angka t hitung lebih besar dibandingkan dengan angka t tabel, yaitu 14,943 > 1,985.*

**Kata kunci:** *berita, konten, line today, minat baca, teori S-R*

## I. PENDAHULUAN

Internet berkembang sangat pesat dari tahun ke tahun, dan perkembangan internet sudah dimulai sejak beberapa tahun silam. Perkembangan internet di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1998, dan sampai sekarang, masyarakat sudah hidup berdampingan dengan internet. Bisa dikatakan bahwa saat ini, internet sudah menjadi bagian hidup di tengah masyarakat Indonesia. Kehadiran internet membawa berbagai macam

dampak, dimulai dari dampak yang baik sampai dengan dampak yang buruk.

Salah satu dampak baik dari penggunaan internet adalah mudahnya mendapatkan berbagai macam informasi yang tersebar luas di tengah masyarakat, sedangkan salah satu contoh dampak buruk dari penggunaan internet adalah semakin besarnya peluang untuk tindak kejahatan yang terjadi di tengah masyarakat, seperti penipuan.

Sejak hadirnya internet, media baru menjadi sorotan di tengah masyarakat. Media baru merupakan salah satu sarana menyampaikan informasi kepada banyak orang dengan menggunakan internet sebagai sarana penyampaiannya. *Website*, media sosial, dan *e-mail* merupakan beberapa contoh dari media baru. Media baru tergolong ke dalam sebuah media yang memiliki banyak kegunaan dan manfaat. Salah satunya adalah informasi yang dipublikasikan melalui media baru akan tetap ada sampai kapanpun dan bisa diakses di mana saja serta kapan saja. Informasi yang dipublikasikan tersebut akan hilang apabila orang yang mempublikasikan berita telah menghapus berita yang dipublikasikan.

Media sosial merupakan salah satu sarana penyampaian informasi yang ada di media baru. Media sosial sudah banyak tersebar dan digunakan oleh masyarakat Indonesia. *Whatsapp*, *line*, dan *instagram* merupakan beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan. Masing-masing media sosial digunakan sesuai dengan pilihan dan kegunaannya, dan tentunya media sosial satu dan lainnya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

Media sosial *line* termasuk ke dalam media sosial yang banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2019. Media sosial ini menempati urutan ke lima untuk keseluruhan media sosial yang banyak digunakan di Indonesia, dan menempati urutan ke dua untuk *social media messenger* yang banyak digunakan di Indonesia. Sebagai media sosial yang banyak digunakan, *line* memiliki banyak fitur yang disediakan untuk para penggunanya. Salah satu fitur yang perlu dilihat dari media sosial *line* adalah fitur yang bernama *line today*. Fitur ini dibuat sebagai platform yang menyediakan berbagai macam informasi untuk penggunanya, agar para pengguna media sosial *line* dapat membaca berita atau informasi dengan mudah dan cepat,

karena dengan menggunakan media sosial *line*, para penggunanya dapat dengan mudah mendapatkan berita atau informasi dengan satu ketukan saja melalui media sosial tersebut.

*Line today* sebagai fitur yang menyediakan berbagai macam informasi atau berita, memberikan kemudahan untuk para pembacanya dengan memberikan kategori kepada masing-masing informasi yang disediakan. Kategori yang ada juga tergolong lengkap, seperti *sport*, *lifestyle*, *sci-tech*, *games*, *music*, dan masih ada banyak kategori lainnya yang disediakan. Dengan adanya kategori berita tersebut, pencarian berita dapat dilakukan dengan mudah dan mempersingkat waktu pengguna dalam mencari berita. Selain itu, *line today* juga membuat tampilannya hampir serupa dengan platform berita lainnya, dan tentunya dapat memudahkan pengguna untuk mengakses fitur *line today* (Annisa, 2017, p.3).

Minat baca masyarakat Indonesia, salah satu contohnya adalah remaja akhir di Kota Bekasi tergolong rendah. Banyak dari para remaja akhir yang hanya membaca ketika diberikan tugas oleh guru atau dosen mereka, atau bahkan hanya pada saat ingin melaksanakan ujian. Hal ini terjadi karena belum terbentuknya kebiasaan membaca di budaya masyarakat kita. Masyarakat Indonesia lebih diperkenalkan dengan budaya melihat dan budaya mendengar sejak zaman nenek moyang dahulu kala. Daya beli buku yang rendah, sistem pembelajaran membaca yang belum tepat, dorongan dari orang tua yang kurang, dan kurangnya motivasi dari para guru maupun dosen untuk membaca menjadi beberapa contoh alasan mengapa masyarakat, terutama remaja akhir memiliki minat baca yang masih kurang (Kasiyun, 2015, p.85).

Berita banyak dicari oleh masyarakat, karena mereka

membutuhkan berita untuk menambah wawasan terhadap suatu peristiwa yang terjadi, baik yang berada di dekat atau sekitar mereka maupun peristiwa yang terjadi jauh dari mereka. Berita ringan sampai dengan berita berat banyak dicari oleh masyarakat. Saat ini, berita cukup mudah didapatkan karena sudah tersedia berbagai macam platform berita yang dapat dibuka dan dinikmati oleh masyarakat secara gratis dengan bermodalkan internet. Berita-berita yang tersebar juga cukup banyak yang dilengkapi dengan gambar maupun video untuk menambah kejelasan dari berita yang disajikan.

Dengan penggunaan media sosial yang masif, berita yang banyak dicari, dan adanya fitur *line today* tentunya membuat masyarakat Indonesia yang mencari informasi, bisa mendapatkan informasi dengan mudah. Terutama untuk pengguna media sosial *line*, mereka tidak perlu mencari berita atau informasi di tempat lain karena fitur *line today* sudah sangat membantu dalam mengumpulkan informasi yang ada di tengah masyarakat. Fitur tersebut dapat digunakan dengan mudah, dan tentunya dapat mempersingkat waktu masyarakat untuk mencari dan membaca berita atau informasi yang disediakan. *Line today* dapat dikategorikan sebagai inovasi yang praktis untuk masyarakat Indonesia yang banyak menggunakan media sosial *line* dan suka mencari berita, karena mereka dapat mendapatkan berita atau informasi hanya dengan satu ketukan pada media sosial *line* dan juga akan ada notifikasi yang muncul mengenai kelanjutan berita atau informasi yang disediakan atau informasi baru.

Banyaknya berita atau informasi yang ada di internet, membuat hadirnya berita atau informasi hoax semakin banyak. *Line today* yang berperan sebagai salah satu platform berita, memiliki *team* khusus untuk memfilter berita atau informasi hoax. Hal ini

sangat dibutuhkan oleh penyedia layanan berita atau informasi agar para pengguna dapat terhindar dari banyaknya berita atau informasi yang bersifat palsu atau hoax (Annisa, 2017, p.3).

Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu apakah terdapat pengaruh konten media sosial *line today* terhadap minat baca remaja akhir di Kota Bekasi? Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari konten *line today* terhadap minat baca remaja akhir di Kota Bekasi.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Teori Pendukung

#### 1. Teori Stimulus-Respon

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori SR atau teori stimulus-respon. Teori ini memiliki nama lain yaitu teori jarum hipodermik atau teori peluru ajaib, dan teori ini sudah digunakan sejak dahulu kala saat perang dunia masih berlangsung (Morissan, 2013, p.504).

Teori ini menjelaskan mengenai perubahan tingkah laku yang dipengaruhi oleh adanya stimulus yang diberikan oleh pemberi pesan atau komunikator kepada penerima pesan atau komunikan. Teori ini menganggap bahwa media atau para pengelola media merupakan orang yang memiliki kecerdasan atau kepintaran lebih dibandingkan dengan para konsumen media, karena mereka bisa mengatur berbagai cara agar para konsumen media dapat didominasi dan para konsumen media akan terus menggunakan media itu secara berkala (Amalia, 2015, p.43).

#### 2. Media Baru

Media baru adalah media yang menawarkan interaktivitas. Hal ini dimaksudkan karena dalam menggunakan media baru, para penggunanya dapat melakukan komunikasi dua arah, dapat memilih

informasi apa yang diinginkan, dan masih banyak hal lainnya yang dapat dilakukan oleh penggunanya. Kata-kata media baru digunakan untuk membedakan karakteristik dari media yang sudah digunakan sejak lama. Karena media baru menawarkan interaktifitas kepada para penggunanya, oleh sebab itu media baru menjadi media yang banyak dipilih oleh orang banyak (Watie, 2012, p.39).

Media baru juga dapat dikatakan sebagai teknologi berbasis komputer yang akan terus berkembang. Cara berkomunikasi atau berinteraksi yang dilakukan oleh banyak orang pada saat ini, sudah dipengaruhi dan diubah oleh kehadiran dari media baru sendiri. Salah satu contoh dari pengaruh hadirnya media baru adalah konvergensi yang dilakukan oleh media. Konvergensi media sudah banyak terjadi di era ini, dan masyarakat sudah hidup di tengah banyaknya konvergensi media (Prasetyo et al., 2018, p.23).

Menurut McQuail (seperti dikutip Latuheru & Irwansyah, 2017, p.52-53), terdapat enam buah perubahan yang terkait dengan munculnya media baru. Perubahan itu adalah:

- Digitalisasi dan konvergensi media.  
Perubahan yang terjadi dengan munculnya media baru yang pertama adalah format yang digunakan untuk menyampaikan informasi sudah diubah menjadi format digital, dan juga adanya atau terjadinya konvergensi dari berbagai media dengan berbagai macam alasan dan tujuannya masing-masing.
- Meningkatnya interaktivitas dan konektivitas.  
Komunikasi terjadi secara dua arah, dan juga ketergantungan dari satu individu dengan individu lain semakin meningkat dengan hadirnya media baru ini.
- Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima.

Pengguna media baru dapat dengan mudah mengirim dan juga menerima pesan di mana saja. Perpindahan tempat tidak menjadi sebuah hambatan dalam melakukan komunikasi, karena komunikasi dapat dilakukan di lokasi mana saja.

- Adaptasi peranan publikasi dan khalayak.

Adaptasi terhadap publikasi dan khalayak harus dilakukan dengan hadirnya media baru, hal ini dikarenakan adanya peraturan atau hal yang berbeda dengan sebelum hadirnya media baru. Maka dari itu, adaptasi sangat diperlukan.

- Pintu media yang muncul dengan bentuk baru.

Hadirnya media baru membuat pintu media yang muncul memiliki beragam bentuk.

- Pemisahan dari lembaga media.

Perubahan terakhir dari hadirnya media baru adalah banyaknya media yang mengalami perpisahan dan mengalami pembubaran.

### 3. Media Sosial

Media sosial pertama kali ada pada sekitar tahun 1970 dengan menggunakan sistem papan buletin sebagai sarana yang memungkinkan pengguna melakukan hubungan atau komunikasi dengan orang lain menggunakan surat elektronik atau melalui perangkat lunak. Lalu pada tahun 1995, terlahir sebuah situs bernama *Geocities* yang menjadi awal berdirinya situs-situs lain. Pada awal tahun 2002, terkenal dengan media sosial dengan nama *Friendster* yang sangat terkenal dan sangat banyak digunakan oleh banyak orang pada saat itu. Sampai sekarang, cukup banyak media sosial yang sudah digunakan di Indonesia, termasuk *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *Line*, *Whatsapp*, dan masih banyak media sosial lainnya yang digunakan (Cahyono, 2016, p.143).

Media sosial adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada orang lain secara efektif. Hal ini diakibatkan oleh media sosial yang dapat menjangkau tujuan dengan cepat dan secara meluas. Media sosial juga dianggap sebagai media yang memiliki dinamika sosial yang tinggi, karena dengan menggunakan media sosial, penggunaannya dapat melakukan komunikasi terbuka kepada orang lain dengan latar belakang yang berbeda satu sama lainnya. Pada era ini, media sosial banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbagai macam kepentingan, seperti untuk bisnis, dialog, iklan, politik, dan berbagai macam kepentingan lainnya. Hampir seluruh bagian masyarakat sudah menggunakan media sosial pada saat ini. Oleh sebab itu, media sosial dapat dikatakan sebagai media yang banyak digunakan oleh masyarakat pada saat ini (Rahadi, 2017, p.59-60).

#### 4. Line

*Line* merupakan salah satu media sosial yang ada di Indonesia, yang dikenal sebagai sebuah aplikasi penyedia layanan pesan instan gratis yang dapat digunakan di berbagai jenis ponsel pintar. Pengguna *line* sendiri dapat dibilang cukup banyak, sesuai data yang didapatkan dari survei yang dilakukan oleh *Global Web Index* pada tahun 2019 silam. Menurut survei tersebut, *line* menempati urutan dua teratas setelah media sosial *whatsapp* untuk media sosial *messenger*, dan berada di urutan lima untuk kategori media sosial yang banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2019.

*Line* didirikan oleh salah satu perusahaan di Jepang dengan nama *NHN Corporation* pada tahun 2011 silam, tepatnya pada bulan Juni 2011. Bermula dari media sosial *line* yang hanya bisa digunakan pada ponsel *android* dan *ios*, sekarang media sosial ini sudah bisa

digunakan oleh pengguna *windows* dan *mac*, dan cara menggunakan media sosial ini juga sangat mudah (Naldo & Hardika Widi Satria, 2018, p.37). Media sosial ini hanya perlu diunduh di situs resmi *line* atau melalui aplikasi ketiga atau yang disebut sebagai *third party application* seperti *google playstore* dan juga *app-store*. Setelah diunduh, media sosial ini sudah bisa digunakan dengan cara mendaftar akun menggunakan *e-mail* dan *password*. Media sosial ini hanya bisa digunakan saat ponsel pengguna tersambung pada jaringan internet.

Semenjak berdirinya *line* pada tahun 2011, tahun 2014 menjadi tahun kesuksesan *line* yang pertama kali dilihat di Indonesia. Pengguna *line* pada saat itu mencapai 30 juta pengguna di Indonesia. Pada tahun 2016, *line* memiliki 220 juta pengguna aktif di seluruh dunia, termasuk lebih dari 90 juta pengguna berasal dari Indonesia. Di Indonesia sendiri, *line* dikenal sebagai media sosial yang memiliki cukup banyak fitur, seperti *line today*, *line games*, *line webtoon*, dan masih banyak fitur lainnya. Fitur-fitur yang disediakan tersebut dapat digunakan secara gratis dan dapat digunakan dengan mudah (Annisa, 2017, p.2-3).

#### 5. Line Today

*Line today* merupakan salah satu fitur yang disediakan oleh media sosial *line*, dengan fungsi sebagai penyedia informasi atau berita yang dikumpulkan dari berbagai macam portal berita lain. Berita yang disajikan juga beragam, baik berita berat maupun berita ringan. *Line today* pertama kali dipublikasikan pada tahun 2016 silam, dengan tujuan untuk mempermudah akses berita atau informasi yang sedang ramai diperbincangkan di tengah masyarakat hanya dengan satu kali ketik pada media sosial *line*. *Line today* dipublikasikan bersamaan dengan kampanye *line for*

*work life* pada tahun 2016 (Sondakh, Senduk, & Rondonuwu, 2017, p.2).

Dalam mempublikasikan berita atau informasi, *line today* juga sering menyertakan gambar maupun video untuk kelengkapan informasi yang dipublikasikannya. Informasi atau berita yang dipublikasikan oleh *line today* berasal dari media atau portal berita lain yang sudah menjadi mitra dengan pihak *line today*, dan tentunya berita yang dipublikasi sudah dikurasi terlebih dahulu oleh *team* khusus yang bertugas untuk memfilter informasi atau berita hoax. Informasi atau berita yang disediakan oleh *line today* tersifat dua arah, dimana para pengguna dapat memberikan komentar atau *feedback* pada kolom yang sudah disediakan, baik untuk diskusi dengan pengguna lain atau hanya sekedar untuk memberikan pendapat mengenai suatu informasi yang dibaca (Triandra & Imran, 2017).

Dalam menyajikan berita atau informasi, *line today* memiliki perbedaan dengan portal berita lain. Perbedaannya adalah fungsi *line today* yang hanya sebagai platform untuk mengumpulkan berbagai macam berita atau informasi dari berbagai portal berita yang sering dijadikan referensi bagi pembaca media *online*. Apabila platform berita lain memiliki jurnalis mereka sendiri untuk mendapatkan berita, maka hal tersebut berbeda dengan *line today* yang hanya mengumpulkan dan mempublikasi berita dari portal berita lain. Namun, berita yang dikumpulkan dari portal berita lain akan melewati tahap filter terlebih dahulu yang dilakukan oleh *team* kurasi khusus, untuk mengurangi dan menghindari beredarnya informasi hoax untuk para penggunanya. Setelah melewati tahap filter, berita yang sudah dikumpulkan tersebut sudah bisa dipublikasikan dan dinikmati oleh pengguna *line today*.

Aksi jurnalisme ini disebut sebagai *news aggregator*, dimana di dalam praktiknya, *line today*

mengumpulkan berbagai berita dari portal-portal berita yang sudah menjadi mitra, agar para pengguna tidak perlu untuk menjelajah ke berbagai situs berita lainnya untuk mendapatkan berita yang ingin dibaca. Namun, penggunaanya hanya perlu menggunakan *line today* untuk mencari dan mengonsumsi berita yang tergolong lengkap karena berasal dari berbagai portal berita lainnya (Parahita & Rahardjo, 2019, p.4).

## 6. Berita

Berita adalah laporan mengenai suatu informasi yang berdasarkan dengan fakta mengenai suatu kejadian, baik yang sedang terjadi atau yang sudah terjadi. Berita dapat dipublikasikan melalui berbagai macam media, seperti media cetak, media elektronik, dan juga media internet atau media baru. Kehadiran berita membuat masyarakat mendapatkan pengetahuan berlebih mengenai berbagai macam peristiwa yang sedang terjadi maupun yang sudah terjadi. Berita yang dipublikasikan melalui internet tidak memiliki batas waktu, yang memiliki arti lain bahwa berita di internet dapat diakses kapan saja tanpa ada batas waktu untuk mengakses berita tersebut (Pramudita, Putro, & Makhmud, 2018, p.269).

Berita harus dibuat sesuai dengan standar yang ada, dan juga harus memperhatikan objektivitas dari peristiwa yang terkandung di dalam berita yang dibuat. Standar yang dimaksud adalah berita harus akurat, berimbang, dan juga jelas. Apabila di dalam sebuah berita terdapat ketiga standar tersebut, maka berita dapat disebut sebagai berita yang memiliki kredibilitas tinggi atau dapat dipercaya. Selain standar yang harus dipenuhi, berita juga harus bersifat objektif. Yang dimaksud adalah berita harus menegakkan rasa keadilan di dalam berita yang dibuat, dan tidak boleh membela salah satu pihak (Fachruddin, 2012, p.51).

Sebuah berita yang dibuat, harus memenuhi struktur berita yang ada untuk menambah kelengkapan dari berita yang dibuat. Struktur yang terdapat di dalam sebuah berita yaitu, judul berita, tanggal berita ditulis, awalan berita yang dapat memimpin isi berita, dan juga tubuh atau isi berita. Setiap struktur tersebut memiliki fungsinya masing-masing. Judul berita bertujuan untuk menggambarkan topik berita yang dibuat, tanggal berita bertujuan untuk menambah pengetahuan konsumen berita mengenai kapan berita tersebut dibuat dan terjadi, awalan berita bertujuan untuk memimpin kalimat di dalam sebuah berita agar menghasilkan berita yang berkualitas, dan yang terakhir isi berita berguna untuk memberikan penjelasan mengenai berita yang dibuat secara lengkap (Koespradono, 2017, p.37).

Berita memiliki beberapa unsur berita yang harus terdapat di dalam berita. Unsur-unsur berita harus ada di dalam berita, agar berita yang dibuat dapat menjadi berita yang jelas dan lengkap. Unsur yang dimaksud adalah dengan adanya unsur 5W1H. 5W1H yang dimaksud terdiri dari *what*, *who*, *where*, *why*, *when*, dan *how*. Di dalam sebuah berita, harus terdapat unsur *what* atau penjelasan mengenai peristiwa apa yang sedang terjadi, unsur *who* atau siapa saja pelakunya, unsur *where* atau dimana terjadinya peristiwa tersebut, unsur *why* atau kenapa peristiwa tersebut terjadi, unsur *when* atau kapan peristiwa tersebut terjadi, dan juga unsur *how* atau bagaimana peristiwa tersebut bisa terjadi (Muslimin, 2019, p.10).

## 7. Minat Baca

Minat baca di Indonesia, terutama minat baca pada remaja dapat dibilang rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kesadaran membaca di tengah masyarakat. Selain kurangnya kesadaran membaca, hambatan-hambatan yang ada di dalam minat

membaca juga cukup banyak, seperti para remaja lebih memilih bermain untuk mengisi waktu luang mereka dibandingkan dengan membaca (Sutrisna, Sriwulan, & Nugraha, 2019, p.522).

Selain para remaja yang memilih untuk mengisi waktu luang dengan bermain, mahalnya harga buku, serta terbatasnya fasilitas perpustakaan menjadi contoh hambatan lainnya untuk para remaja dalam hal membaca. Dengan rendahnya minat baca yang ada, hal ini dapat menyebabkan kurangnya ilmu pengetahuan yang ada pada masyarakat Indonesia, terutama pada remaja (Triatma, 2016, p.167-168).

Minat baca adalah rasa ketertarikan dan kesenangan yang ada di dalam diri seseorang, yang bertujuan untuk mendorong rasa atau keinginan untuk melakukan aktifitas membaca atas dasar keinginan yang muncul dari dalam diri seseorang. Apabila minat baca seseorang tinggi, maka ia akan dengan sangat mudah untuk mendapatkan ilmu pengetahuan serta teknologi yang ada. Minat baca dapat tumbuh di dalam diri seseorang atas bantuan dari orang lain seperti, guru, dosen, orang tua, teman, dll. Dalam hal membaca, seseorang yang memiliki minat membaca akan lebih terlihat tekun dalam membaca dan dapat memahami makna dari apa yang ia baca dengan mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak memiliki minat membaca atau yang memiliki minat membaca rendah. Dunia pendidikan merupakan salah satu contoh dasar yang turut bertanggungjawab dalam menumbuhkan minat baca pada remaja (Khakim & Krismayani, 2019, p.143).

Dalam hal meningkatkan minat baca di tengah masyarakat, salah satu yang perlu dilakukan adalah pembinaan minat baca yang dapat dimulai dari keluarga, dan unsur eksternal lain yang turut membantu meningkatkan minat baca termasuk pemerintah. Sudah terdapat beberapa cara yang dilakukan

oleh pemerintah untuk meningkatkan minat baca masyarakat, salah satunya adalah menyediakan perpustakaan. Cara lain yang berguna untuk meningkatkan minat baca masyarakat adalah perhatian keluarga, arahan dari sekolah, dan lainnya (Sriwahyuni, 2018, p.178).

Perpustakaan yang ada di Indonesia sudah tergolong cukup banyak, dimulai dari perpustakaan yang ada di masing-masing sekolah, sampai dengan perpustakaan yang disediakan oleh pemerintah seperti perpustakaan nasional. Namun, masih terdapat banyak cara lainnya yang berguna untuk meningkatkan minat baca, seperti membuat inovasi baru yang berguna untuk meningkatkan minat baca. *Library café* merupakan inovasi untuk meningkatkan minat baca, dan hal ini dapat dikategorikan sebagai alternatif baru untuk meningkatkan minat baca karena *library café* merupakan perpustakaan yang secara khusus dibuat dan dirancang seperti resto yang sering dikunjungi oleh remaja saat ini (Puspitasari, 2017, p.81).

### **B. Paradigma Penelitian**

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma positivistik, karena paradigma ini merupakan paradigma dasar dari penelitian kuantitatif. Paradigma ini digunakan karena penelitian yang dilakukan menggunakan data yang didapatkan dengan mengikuti peraturan yang ada. August Comte merupakan seorang filosof dan sosiolog asal Prancis yang memperkenalkan paradigma ini (Kholifah, 2019, p.10). Aliran positivisme memiliki arti sebagai cara pandang yang menyatakan bahwa sesuatu yang dapat diteliti atau yang dapat diselidiki merupakan sesuatu yang sesuai dengan data-data yang nyata. Di dalam paradigma ini, peneliti harus bersifat objektif dan juga tidak boleh bersifat subjektif.

### **C. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini merupakan pendekatan yang digunakan di dalam paradigma positivistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena peneliti ingin mendapatkan jawaban dari penelitian dengan menggunakan data yang didapat dari lapangan dan data yang didapatkan juga merupakan data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

### **D. Metode Penelitian**

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei model eksplanatif dengan cara menyebar kuesioner kepada sampel yang dipilih untuk mengisi sesuai dengan apa yang sampel alami. Survei yang digunakan juga merupakan survei *cross-section*, yang dimana survei dilakukan hanya dalam satu waktu tertentu dan bukan merupakan survei yang dilakukan secara berkala. Survei yang sudah diisi oleh sampel, kemudian akan dihitung secara menyeluruh untuk mendapatkan hasil akhir dari penelitian yang dilakukan (Yusuf, 2014, p.49).

### **E. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai variabel yang ada di dalam sebuah penelitian dan identifikasi yang dilakukan pada variabel tersebut agar penelitian dapat dilakukan (Anshori & Iswati, 2009, p.155).

Variabel X pada penelitian ini adalah Konten Media Sosial *Line Today* yang memiliki indikator seperti, isi pesan, gaya bahasa, judul, kategori, dan sumber. Sedangkan variabel Y pada penelitian ini adalah Minat Baca yang memiliki indikator seperti, kognitif dan juga afektif pada penelitian ini. Kuesioner yang dibuat juga

menggunakan skala likert untuk kedua variabel di atas.

**F. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Bekasi, dengan rentang waktu sejak Januari 2020 sampai dengan Juni 2020. Penelitian ini dilakukan kurang lebih enam bulan sejak melakukan pra penelitian sampai dengan analisis data dan menentukan hasil.

**G. Teknik Pemilihan Populasi dan Sampel**

**1. Populasi**

Populasi dapat dikatakan sebagai subjek penelitian yang dipilih di dalam melakukan sebuah penelitian, dan berada pada lokasi tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian yang diambil. Populasi yang dipilih untuk penelitian ini adalah remaja akhir di Kota Bekasi dengan rentang usia 18 sampai dengan 22 tahun. Total remaja akhir di Kota Bekasi dengan rentang usia 18 sampai 22 tahun pada tahun 2019 sesuai dengan buku statistik Kota Bekasi adalah sebanyak 547.392 orang.

**2. Sampel**

Sampel adalah sebagian populasi yang dipilih oleh peneliti karena dianggap dapat mewakili seluruh populasi di dalam penelitian. Selain itu, sampel dipilih karena dianggap memenuhi semua kriteria yang ditentukan peneliti saat melakukan penelitian, guna membuat penelitian berjalan lebih efektif (Yusuf, 2014, p.150).

Teknik pemilihan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan teknik *non-probability sampling*, yang dimana peneliti tidak memberikan peluang yang sama pada setiap populasi. Selain itu, peneliti juga menggunakan metode *purposive sampling*. Metode ini memerlukan kriteria yang ditentukan oleh peneliti

untuk menentukan sampel yang akan dipilih. Kriteria yang digunakan adalah:

- Remaja akhir dengan rentang usia 18 sampai 22 tahun.
- Remaja akhir yang menggunakan *line today*.

Pemilihan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: perkiraan tingkat kesalahan 10%

$$n = \frac{547.392}{1 + 547.392(0,1)^2}$$

$$\frac{547.392}{1 + 5.473,92}$$

$$\frac{547.392}{5.474,92}$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, responden yang akan dipilih menjadi sampel adalah sebanyak 100 orang.

**H. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah bagaimana cara peneliti mendapatkan dan mengumpulkan data-data yang akan digunakan di dalam penelitian, guna untuk mengetahui hasil akhir dari penelitian yang dilakukan. Pengumpulan data dapat menggunakan hal-hal seperti kuesioner, tes, atau juga wawancara (Barlian, 2016).

Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan data primer, karena peneliti mendapatkan data secara langsung tanpa ada perantara dan mengolah data yang didapat tanpa

bantuan orang lain. Selain itu, peneliti juga menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian karena kuesioner merupakan salah satu cara dalam melakukan pengumpulan data. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti dapat melakukan pengumpulan data dengan waktu yang singkat dan juga biaya yang rendah. Selain itu, pengumpulan data dengan kuesioner juga dapat terbilang cukup efektif.

Dalam membuat kuesioner, peneliti menggunakan skala *likert* yang dimana skala ini digunakan untuk mendapatkan nilai dari pernyataan yang dijawab oleh responden. Skala likert memiliki beberapa buah skor yang

Nilai	Kategori
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

disediakan untuk responden menjawab pernyataan yang diberikan di dalam kuesioner.

Tabel 1 Skala *Likert*

## I. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji atau tes yang dilakukan di dalam sebuah penelitian, guna untuk mengetahui apakah standar ukurang yang terdapat di dalam penelitian sudah tepat atau belum. Uji yang dilakukan akan disebut valid apabila peneliti mengukur dengan benar apa yang seharusnya ia ukur (Barlian, 2016).

Penelitian ini menggunakan uji validitas *pearson product moment*. Uji validitas juga dilakukan saat responden mencapai 30 orang.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur data instrumen dan mengetahui apakah

instrumen yang digunakan itu sudah dinilai baik atau belum. Apabila sudah dinilai baik, maka penelitian dapat dilanjutkan. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \alpha n^2}{\alpha_t^2} \right]$$

$r_{11}$  : reliabilitas instrumen

$k$  : banyaknya butir pernyataan

$\sum \alpha n^2$  : jumlah varian butir

$\alpha_t^2$  : varian total

## J. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada sebuah penelitian diperlukan untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan mendapatkan data yang berdistribusi normal atau tidak. Apabila data berdistribusi normal, maka penelitian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Selain itu, data yang normal juga merupakan salah satu syarat untuk menggunakan uji regresi linear sederhana.

### 2. Uji Linearitas

Uji linearitas penelitian diperlukan untuk mengetahui hubungan linear antara variabel terikat dan variabel tidak terikat. Apabila terjadi hubungan yang linear antara variabel terikat dan variabel tidak terikat, penelitian dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya. Dalam penelitian ini, uji linearitas diperlukan untuk menjadi syarat dalam menguji regresi.

### 3. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menghitung atau menganalisis data penelitian yang memiliki satu buah variabel terikat dan juga satu buah variabel tidak terikat. Rumus untuk melakukan uji ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a+bX$$

- Y : variabel dependen
- X : variabel independen
- a : konstanta
- b : koefisien regresi

Untuk menghitung kedua konstanta, digunakan rumus sebagai berikut:

$$a : \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)\sum xy}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b : \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

#### 4. Uji Korelasi

Uji korelasi adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui keeratan antara variabel yang ada di dalam sebuah penelitian, dengan cara mengukurnya menggunakan rumus dan dilihat hasilnya. Terdapat berbagai macam uji korelasi yang bisa digunakan untuk menghitung keeratan antara variabel penelitian. Macam-macam uji korelasi yang ada antara lain yaitu, *pearson product moment*, *spearman-rho*, *kendall-tau*, *somers*, dan *gamma* (Nugroho, Akbar, & Vusvitasari, 2008, p.373-374).

Uji korelasi yang digunakan pada penelitian ini adalah uji korelasi *pearson product moment*. Rumus uji korelasi *pearson product moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} : \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

- r<sub>xy</sub> : koefisien korelasi kedua variabel
- n : jumlah sampel
- x : skor variabel
- y : skor total variabel

#### 5. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa

besar pengaruh yang terjadi antara variabel terikat dan juga variabel tidak terikat. Uji ini dilakukan karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar persentase pengaruh yang terjadi. Uji koefisien determinasi memiliki rumus sebagai berikut:

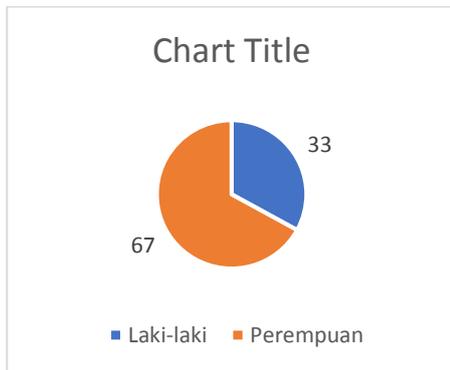
$$KD : r^2 \times 100\%$$

#### 6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui keputusan yang akan diambil dari hipotesis yang sudah dibuat saat mengerjakan penelitian berdasarkan dari analisa data yang sudah dilakukan. Uji hipotesis dilakukan setelah melakukan beberapa uji lainnya yang disebut sebagai uji persyaratan hipotesis, yang berisi uji normalitas. Setelah dilakukan uji normalitas dan dinyatakan normal, uji hipotesis atau uji t baru bisa dilakukan (Alfianika, 2018, p.143).

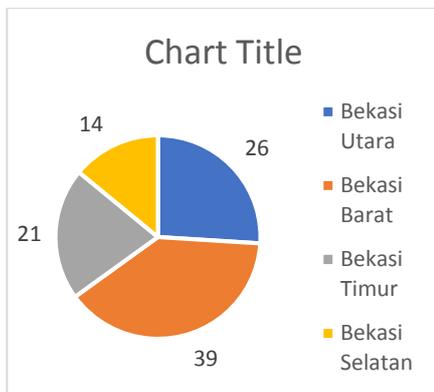
### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Remaja akhir di Kota Bekasi memiliki jumlah yang cukup banyak. Badan statistik Kota Bekasi mencatat pada tahun 2019, remaja akhir di Kota Bekasi berjumlah 547.392 orang. Dengan jumlah populasi yang sangat banyak, peneliti memerlukan minimal 100 orang responden untuk dijadikan sampel karena 100 orang tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Dari 100 orang responden yang mengisi kuesioner, terdapat 67 orang responden berjenis kelamin perempuan, dan terdapat 33 orang responden berjenis kelamin laki-laki. Selain itu, responden yang terpilih memiliki rentang usia dari 18 tahun sampai dengan 22 tahun, dan terbagi ke dalam beberapa kategori wilayah tempat tinggal mereka.



Gambar 1 Grafik Jenis Kelamin

Pada kategori usia, terdapat tiga orang responden berusia 18 tahun, lima orang responden berusia 19 tahun, lima orang responden lain yang berusia 20 tahun, 36 orang responden berusia 21 tahun, dan juga 51 orang responden berusia 22 tahun. Selain usia, remaja akhir di Kota Bekasi terbagi ke dalam beberapa daerah, seperti 26 orang responden berasal dari Bekasi Utara, 39 orang responden berasal dari Bekasi Barat, 21 orang responden berasal dari Bekasi Timur, dan 14 orang berasal dari Bekasi Selatan.



Gambar 2 Grafik Tempat Tinggal

Data pada penelitian ini dihitung menggunakan *IBM SPSS Statistic 26*. Uji validitas dilakukan saat responden mencapai 30 orang. Taraf signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 5%.

Tabel 2 Uji Validitas Variabel X

Variabel X	r hitung	r tabel	Hasil
1	,546	0,361	Valid
2	,607	0,361	Valid
3	,695	0,361	Valid
4	,584	0,361	Valid
5	,405	0,361	Valid
6	,619	0,361	Valid
7	,553	0,361	Valid
8	,736	0,361	Valid
9	,635	0,361	Valid
10	,410	0,361	Valid
11	,807	0,361	Valid
12	,769	0,361	Valid
13	,715	0,361	Valid
14	,638	0,361	Valid
15	,785	0,361	Valid

Untuk uji validitas variabel X, 15 butir pernyataan sudah dinyatakan valid. Variabel tersebut dinyatakan valid karena nilai r hitung yang didapatkan lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel untuk masing-masing pernyataan. Karena penelitian ini melakukan uji validitas saat sampel yang mengisi sudah sebanyak 30 orang, maka nilai r tabel yang ditentukan sebesar 0,361. Nilai masing-masing pernyataan untuk variabel X lebih besar dari 0,361 yang dijadikan dasar nilai menentukan validitas pada penelitian ini. Karena nilai yang didapatkan lebih besar dari nilai r tabel, maka variabel X dinyatakan valid.

Setelah mengetahui bahwa variabel X valid, maka variabel Y juga perlu dilakukan uji validitas. Hal ini berguna untuk mencari tau status valid kedua variabel di dalam kuesioner yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Y

Variabel Y	r hitung	r tabel	Hasil
1	,801	0,361	Valid
2	,822	0,361	Valid
3	,771	0,361	Valid
4	,747	0,361	Valid
5	,694	0,361	Valid
6	,623	0,361	Valid
7	,753	0,361	Valid
8	,632	0,361	Valid
9	,726	0,361	Valid
10	,584	0,361	Valid
11	,720	0,361	Valid
12	,724	0,361	Valid
13	,805	0,361	Valid
14	,639	0,361	Valid
15	,678	0,361	Valid

Untuk uji validitas variabel Y, terdapat 15 butir pernyataan yang ada di dalam kuesioner. Total 15 pernyataan pada variabel Y diketahui sudah valid karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, yaitu sebesar 0,361. Apabila uji validitas kedua variabel sudah dinyatakan valid, maka peneliti melakukan uji reliabilitas pada kuesioner.

Tabel 4 Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,890	15

Pernyataan seputar variabel X sudah dinyatakan valid dan reliabel. Dinyatakan reliabel karena hasil perhitungan uji reliabilitas pada pernyataan variabel X adalah sebesar 0,890. Angka tersebut lebih besar daripada 0,6 untuk perhitungan rumus *Cronbach Alpha*, dan sudah dinyatakan reliabel.

Tabel 5 Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,926	15

Untuk uji reliabilitas variabel Y, hasil yang didapatkan adalah sebesar 0,926. Dengan hasil uji tersebut, maka pernyataan variabel Y dinyatakan valid dan reliabel untuk dilanjutkan pada tahap selanjutnya. Semua pernyataan yang ada pada kuesioner sudah dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya karena total nilai reliabilitas yang dihitung untuk kedua variabel lebih besar dari nilai 0,6 yang menjadi standar reliabilitas, dan dapat dinyatakan bahwa kuesioner ini valid dan reliabel.

Setelah jumlah sampel sudah terpenuhi, maka peneliti melakukan uji normalitas untuk mengetahui data yang diterima berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan juga untuk menjadi syarat melakukan uji regresi. Penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* karena sampel yang diterima lebih banyak dari 50 orang.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,43997145
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,048
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,182 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 6 Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas yang dilakukan adalah data yang diterima berdistribusi normal, karena angka signifikansi yang didapatkan sebesar

0,182 dan lebih besar dibandingkan 0,05.

Correlations			
		Konten Berita	Minat Baca
Konten Berita	Pearson Correlation	1	,834**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Minat Baca	Pearson Correlation	,834**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 7 Uji Linearitas

Untuk uji linearitas, nilai yang didapatkan dari perhitungan adalah sebesar 0,263. Angka tersebut lebih besar dibandingkan dengan 0,05 dan dapat dinyatakan bahwa variabel yang ada pada penelitian yang dilakukan memiliki hubungan yang linear atau searah.

Setelah melakukan uji normalitas dan uji linearitas, peneliti melakukan uji regresi linear sederhana. Syarat dalam melakukan uji ini adalah data yang berdistribusi normal dan adanya hubungan yang linear di antara variabel penelitian. Karena penelitian ini lulus uji normalitas dan uji linearitas, maka uji regresi linear sederhana dapat dilakukan. Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk menguji dua buah variabel yang ada di dalam penelitian.

Tabel 8 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Std.		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	15,663	3,203	4,890	,000
	Konten Berita	,766	,051	,834	,000

a. Dependent Variable: Minat Baca

Hasil dari perhitungan uji regresi linear sederhana adalah nilai konsisten dari minat baca adalah sebesar 15,663. Nilai koefisien regresi yang didapat dari perhitungan adalah sebesar 0,766 dan angka tersebut merupakan angka yang positif. Pengertian dari kedua angka di atas yaitu setiap penambahan nilai variabel X sebesar

satu persen, maka nilai Y akan bertambah sebanyak 0,766.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,834 <sup>a</sup>	,695	,692	3,45748

a. Predictors: (Constant), Konten Berita

Tabel 9 Uji Korelasi

Dari hasil uji korelasi di atas, variabel X dan juga variabel Y memiliki korelasi. Hal ini dibuktikan dengan angka signifikansi yang didapatkan yaitu 0,000. Angka tersebut lebih kecil dibandingkan dengan 0,05. Karena angka perhitungan di atas lebih kecil, maka nilai tersebut memiliki arti bahwa masing-masing variabel memiliki korelasi. Selain itu, angka yang dihasilkan dari perhitungan *pearson* menunjukkan angka sebesar 0,834 yang menandakan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki korelasi yang sangat kuat.

Tabel 10 Koefisien Determinasi

ANOVA Table							
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Minat Baca * Konten Berita	Between Groups	(Combined) Linearity	3011,902	26	115,842	10,203	,000
		Deviation from Linearity	2669,243	1	2669,243	235,091	,000
	Within Groups		342,659	25	13,706	1,207	,263
	Total		828,848	73	11,354		
			3840,750	99			

Nilai korelasi pada penelitian ini adalah sebesar 0,834. Selain itu, nilai *r square* pada penelitian ini sebesar 0,695 yang memiliki arti bahwa pengaruh konten media sosial *line today* terhadap minat baca remaja akhir di Kota Bekasi adalah sebesar 69,5%. Persentase tersebut didapatkan dari rumus koefisien determinasi dimana *r square* dikalikan dengan 100%.

Setelah menghitung semua uji yang diperlukan pada penelitian ini, peneliti perlu untuk menghitung uji hipotesis untuk menentukan jawaban akhir dari penelitian yang dilakukan. Jawaban akhir diambil dari hipotesis penelitian yang sudah dibuat.

Tabel 11 Uji Hipotesis

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15,663	3,203		4,890	,000
	Konten Berita	,766	,051	,834	14,943	,000

b. Dependent Variable: Minat Baca

Uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Nilai t hitung, pada perhitungan di atas menunjukkan bahwa nilai yang didapatkan adalah sebesar 14,943 dan nilai t tabel yang ada yaitu sebesar 1,985. Nilai t tabel didapat dari hasil perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t \text{ tabel} : (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$: (0,05/2 ; 100-1-1)$$

$$: (0,025 ; 98)$$

$$: 98 \text{ (lihat t tabel)}$$

Nilai t tabel adalah sebesar 1,985.

Dilihat dari perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel. Dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y. Selain itu, faktor lain yang menentukan adanya pengaruh antara konten media sosial *line today* terhadap minat baca remaja akhir di Kota Bekasi adalah nilai signifikansi yang ada pada perhitungan adalah sebesar 0,000. Angka tersebut lebih kecil dibandingkan 0,05.

Dengan perhitungan di atas, maka hipotesis yang diambil yaitu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sebagai hasil dari penelitian.  $H_0$  pada penelitian ini adalah konten media sosial *line today* tidak berpengaruh terhadap minat baca remaja akhir di Kota Bekasi.  $H_a$  pada penelitian ini adalah konten media sosial *line today* berpengaruh terhadap minat baca remaja akhir di Kota Bekasi.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan total keseluruhan

responden sebanyak 100 orang, dapat disimpulkan bahwa:

- Pengaruh yang diberikan oleh konten media sosial *line today* terhadap minat baca remaja akhir di Kota Bekasi adalah sebesar 69,5%. Pengaruh ini dihitung di dalam tabel koefisien determinasi, dimana angka pada tabel tersebut menunjukkan angka 0,695.
- Tingkat hubungan yang ada antara variabel X dan variabel Y pada penelitian ini ada pada kategori sangat kuat, karena angka pada uji korelasi menunjukkan angka 0,834 yang menurut pedoman *pearson*, angka tersebut memiliki korelasi yang sangat kuat.
- Koefisien regresi X yang ada pada perhitungan regresi linear sederhana menunjukkan angka 0,766 dan angka tersebut merupakan angka yang positif. Selain itu, nilai konsisten pada variabel Y pada perhitungan yang sudah dilakukan adalah sebesar 15,663.
- Pada perhitungan uji hipotesis,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena angka t hitung lebih besar dibandingkan dengan angka t tabel. Angka t hitung sebesar 14,943 dan angka t tabel sebesar 1,985. Dengan kata lain, konten media sosial *line today* berpengaruh terhadap minat baca remaja akhir di Kota Bekasi.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Alfianika, N. (2018). *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Amalia, R. (2015). Efek Tayangan On The Spot Terhadap Pesan Media Massa Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 30–42.
- Annisa, F. (2017). Pengaruh Motif Penggunaan Media Line Today Terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4(2), 1–15.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). *Buku Ajar*

- Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*, 9(1), 140–157.
- Fachrudin, A. (2012). *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: KENCANA.
- Kasiyun, S. (2015). Upaya Meningkatkan Minat Baca Sebagai Sarana Untuk Mencerdaskan Bangsa. *Jurnal Pena Indonesia*, 1(1), 80–95.
- Khakim, A. L., & Krismayani, I. (2019). PENGARUH PEMBERIAN TUGAS RESUME PADA MATA PELAJARAN BAHASA INDONESIA TERHADAP PENINGKATAN MINAT BACA SISWA DI PERPUSTAKAAN SMP MUHAMMADIYAH 9 SEMARANG. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(1).
- Kholifah, N. (2019). PENDEKATAN ILMIAH (SCIENTIFIC APPROACH) DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DAN BUDI PEKERTI KURIKULUM 2013: Studi Analisis Berdasarkan Paradigma Positivistik. *CENDEKIA : Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 1–22.
- Koespradono, G. (2017). *Merekayasa Fakta Menjadi Berita: Kreatif Menulis Efektif Menggunakan Bahasa Indonesia* *Jurnalistik*. Jakarta: Gantyo Koespradono.
- Latuheru, M. N., & Irwansyah. (2017). Aplikasi Traveloka Sebagai Bentuk Konstruksi Sosial Teknologi Media Baru. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2(2), 46–57.
- Morissan. (2013). *TEORI KOMUNIKASI INDIVIDU HINGGA MASSA*. Jakarta: KENCANA.
- Muslimin, K. (2019). *Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature Biografi, Artikel Populer, dan Editorial*. Yogyakarta: UNISNU.
- Naldo & Hardika Widi Satria. (2018). Studi Observasi terhadap Penggunaan Aplikasi LINE oleh Generasi Millennial. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 1, 32–40.
- Nugroho, S., Akbar, S., & Vusvitasari, R. (2008). Kajian Hubungan Koefisien Korelasi Pearson (r), Spearman-rho (ρ), Kendall-Tau (τ), Gamma (G), dan Somers (d yx). *Jurnal Gradien*, 4(2), 372–381.
- Parahita, T. A., & Rahardjo, T. (2019). Analisis Isi Tingkat Keberimbangan Berita Rubrik News Dan Showbiz Yang Disajikan Dalam Portal Berita Line Today. *Interaksi Online*, 26(2), 21–42.
- Pramudita, Y. D., Putro, S. S., & Makhmud, N. (2018). Klasifikasi Berita Olahraga Menggunakan Metode Naïve Bayes dengan Enhanced Confix Stripping Stemmer. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(3), 269–276.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press.
- Puspitasari, D. (2017). Library Cafe : Suatu Alternatif dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kepustakawanan "Libraria,"* 6(2), 79–86.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.
- Sondakh, M. G. ., Senduk, J. J., & Rondonuwu, S. A. (2017). Pengaruh Berita Line Today Terhadap Perilaku Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *E-Journal "Acta Diurna,"* 6(1), 1–16.
- Sriwahyuni, E. (2018). PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN MINAT BACA SISWA MELALUI PERPUSTAKAAN SEKOLAH. *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan*, 3(2).
- Sutrisna, I., Sriwulan, S., & Nugraha, V. (2019). Pengaruh Gerakan Literasi Dalam Meningkatkan Minat Baca Siswa. *Parole (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 2(4), 527.
- Triandra, D., & Imran, A. I. (2017). PENGARUH TERPAAN FITUR LINE TODAY TERHADAP PEMENUHAN The Impact of LINE TODAY Features Toward The Private College ' s Students Information Needs in Bandung City. *E-Proceeding of Management*, 4(2), 1970–1977.
- Triatma, I. N. (2016). Minat Baca Pada Siswa Kelas Vi Sekolah Dasar Negeri Delegan 2 Prambanan Sleman Yogyakarta. *E-Jurnal Skripsi Program Studi Teknologi Pendidikan*, 5(6), 166–178.
- Watie, E. D. S. (2012). Periklanan Dalam Media Baru. *The Messenger*, IV(1), 37–39.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: KENCANA.