

**EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN BERITA PADA FACEBOOK
LKBN ANTARA SUMUT TERHADAP MINAT BACA
SISWA/ SMK TELKOM 2 MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

SYLVI ZAHWA

19.853.0172



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/4/24

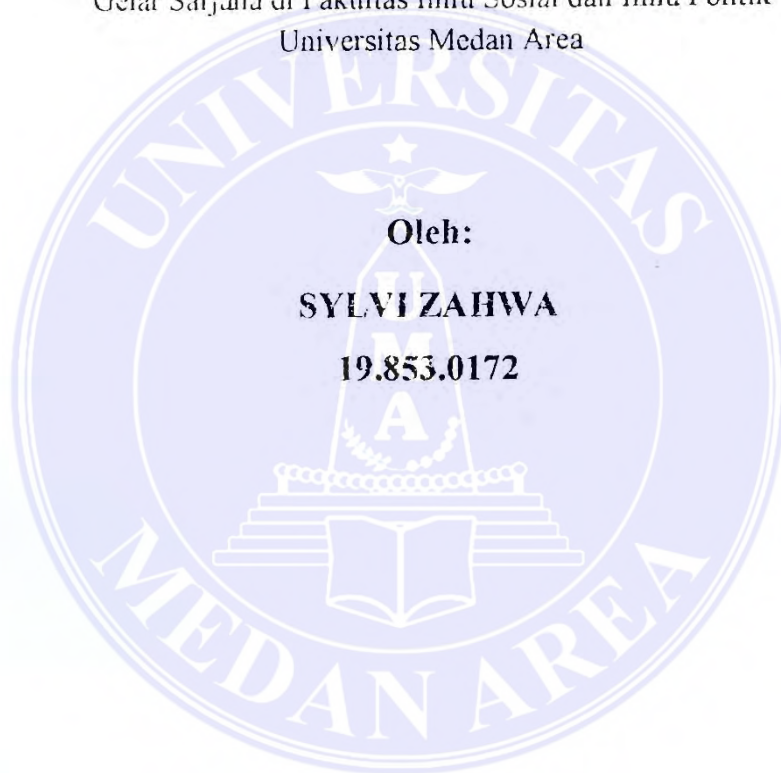
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/4/24

**EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN BERITA PADA FACEBOOK
LKBN ANTARA SUMUT TERHADAP MINAT BACA
SISWA/ SMK TELKOM 2 MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area



Oleh:

SYLVI ZAHWA

19.853.0172

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/4/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/4/24

Judul Skripsi : Efektivitas Penyampaian Berita Pada *Facebook* LKBN Antara
Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan
Nama : Sylvi Zahwa
NPM : 19.853.0172
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui oleh
Komisi Pembimbing


Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP
Pembimbing I


An Nisa Dian Rahma, S.I.Kom, M.I.Kom
Pembimbing II


Dr. Wandi Musthofa S., S.Sos, M.IP
Dekan


Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP
Ka. Prodi

Tanggal Lulus: 02 Januari 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 19/4/24

Access From (repository.uma.ac.id)19/4/24

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Januari 2024



Sylvi Zahwa
19.853.0172

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sylvi Zahwa
NPM : 198530172
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Efektivitas Penyampaian Berita Pada Facebook Terhadap Minat Baca Siswa SMK Telkom 2 Medan.**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Kota Medan
Pada tanggal: Desember 2023
Yang menyatakan


(Sylvi Zahwa)

ABSTRAK

Salah satu platform media sosial paling populer yaitu *Facebook*, telah mengubah paradigma tradisional dalam menyampaikan berita, salah satunya Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Antara Sumut. Siswa/i SMK Telkom 2 Medan sebagai generasi digital *native*, terbiasa dengan konsumsi konten di media sosial, termasuk berita. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas dan seberapa besar efektifnya penyampaian berita pada *Facebook* LKBN Antara Sumut terhadap minat baca siswa/i SMK Telkom 2 Medan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratification*. Metode yang digunakan deskriptif kuantitatif jenis sampling nonprobabilitas dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ditemukan, bahwa efektivitas penyampaian berita pada *Facebook* LKBN Antara Sumut memiliki hubungan terhadap minat baca siswa/i SMK Telkom 2 Medan sebesar 60,1%. Hubungan dapat dilihat dari minat baca pada rubrik teknologi dan kesehatan, dengan t hitung sebesar 10,847 lebih besar dari ($>$) t tabel dengan nilai 1,664, sehingga nilai t hitung lebih besar dari ($>$) nilai yang diperoleh t tabel (10,847 $>$ 1,664), maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

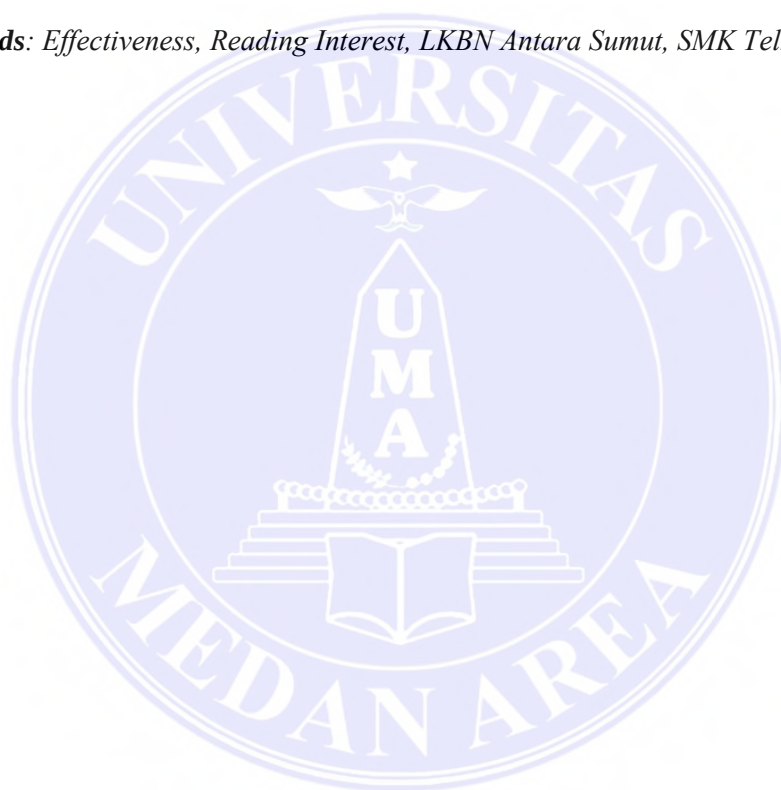
Kata kunci : Efektivitas, Minat Baca, LKBN Antara Sumut, SMK Telkom 2 Medan



ABSTRACT

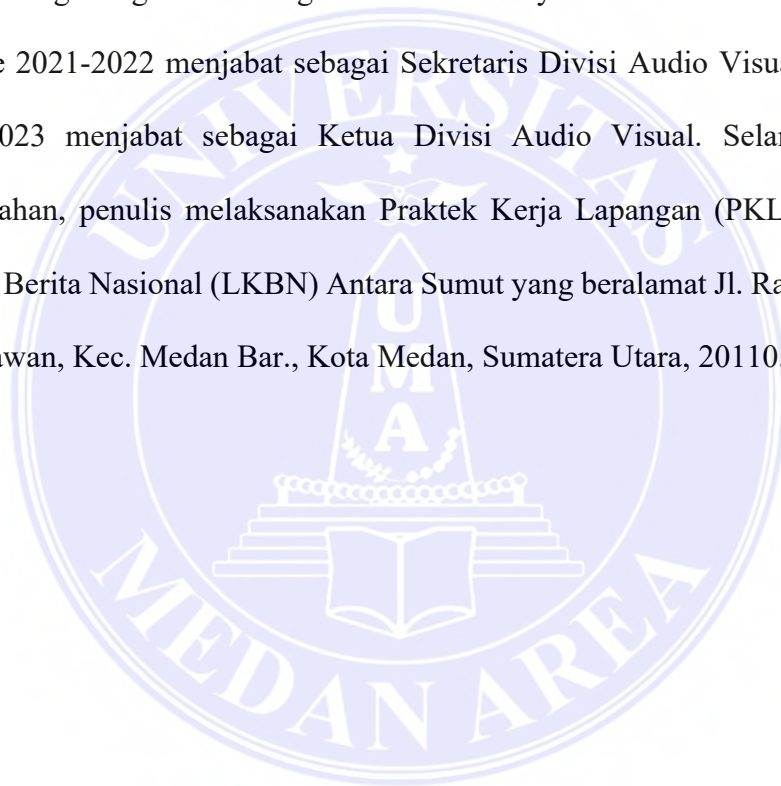
One example is the National News Agency (LKBN) Antara Sumut, which has been disrupted by Facebook, one of the most famous social media sites. The purpose of this study is to determine the impact of LKBN Antara Sumut's Facebook news distribution on the reading interests of students at SMK Telkom 2 Medan. In this study, the concept of uses and enjoyment was used. Descriptive quantitative nonprobability sampling with purposeful sampling is used. According to the study's findings, the effectiveness of news distribution on Facebook LKBN Antara Sumut has a 60.1% correlation with students' reading interest at SMK Telkom 2 Medan. The relationship can be seen from reading interest in the technology and health rubric, with t count of 10.847 greater than t table with a value of 1.664.

Keywords: *Effectiveness, Reading Interest, LKBN Antara Sumut, SMK Telkom 2 Medan*



RIWAYAT HIDUP

Penulis dengan nama lengkap Sylvi Zahwa lahir di kota Medan pada tanggal 04 Maret 2001, anak dari Bapak Riyono dan Ibu Siti Rahmah. Penulis merupakan putri kedua dari tiga bersaudara. Tahun 2019, penulis lulus dari SMK Telkom 2 Medan dan pada tahun 2019 terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Medan Area. Penulis pernah bergabung dalam Organisasi Internal yaitu IMAJINASI FISIP UMA Periode 2021-2022 menjabat sebagai Sekretaris Divisi Audio Visual dan periode 2022-2023 menjabat sebagai Ketua Divisi Audio Visual. Selama mengikuti perkuliahan, penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Antara Sumut yang beralamat Jl. Raden Saleh No. 5, Kesawan, Kec. Medan Bar., Kota Medan, Sumatera Utara, 20110.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan Kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi dengan judul “**Efektivitas Penyampaian Berita Pada Facebook LKBN Antara Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan**” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk melanjutkan penulisan skripsi agar dapat menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Dalam penyusunannya, penulis tentu menghadapi banyak hambatan. Tetapi semua hambatan dapat dilewati dan diatasi berkat adanya arahan, masukan, dan bimbingan dari orang-orang terdekat dan dosen pembimbing. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc**, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak **Dr. Walid Mustafa Sembiring, S.Sos, M.IP**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Bapak **Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I.
4. Ibu **An Nisa Dian Rahma, S.I.Kom, M.I.Kom**, selaku Dosen Pembimbing II.
5. Bapak **Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom**, selaku Sekretaris Pembimbing.

6. Ibu **Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si**, selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan masalah serta memberi saya semangat dalam pengerjaan skripsi.
7. **Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Staf Administrasi FISIP UMA** yang telah membantu dalam keperluan administrasi selama perkuliahan.
8. Sosok yang sangat istimewa, orang tua saya Bapak **Riyono, Amd.** dan Ibu **Siti Rahmah**, serta kakak saya **Sylvia Yarashima, S.Si** dan saudari kembar saya **Sylva Zahra, S.I.Kom** yang selalu memberi dukungan, semangat, motivasi, perhatian dan kasih sayang serta doa kepada penulis terutama selama penulisan skripsi.
9. Kepada **Armaan Malik**, karena lagu-lagu romantisnya, yang telah menemani saya dalam mengerjakan skripsi ini dan telah menaikkan *mood* penulis jauh lebih baik.
10. Sahabat saya, **Alfred Nobel Simbolon, Nadiah Kusma, Sonia Kristina Sri Rejeki Sinaga, Firda Melvina, Cindy Fatika Sari, Maulida Rizky Hasibuan, Putri Anggraini Lubis, dan Naomi Manurung**, terima kasih semangat dan motivasi kalian. Semoga kita mendapatkan gelar yang kita inginkan dan pertemanan kita tak akan goyah dan kepada kelas **D1 Bilingual Stambuk 2019** yang banyak memberikan dukungan, bantuan, motivasi dan semangat kepada penulis selama perkuliahan dan penulisan skripsi.
11. Kepada orang yang sangat spesial, **Christina Manurung, Olivia Clara, Vilia Hirzi, Niki Tasya dan Alia Tasya**, penulis ingin berterima kasih

sebesar-besarnya, karena kalian telah menjadi *support system* dan juga meredakan pikiran penulis.

12. Kepada *Ex Inti* **IMAJINASI FISIP UMA Periode 2022-2023, Rezky Saputra Manik, Sonia Kristina Sri Rejeki Sinaga, Naomina Siregar, Yaumal Chair, Fachri Fadly, dan Naomi Septina Sinaga**, terima kasih kepada kalian yang telah membangkitkan semangat penulis dalam mengerjakan skripsi ini hingga tuntas.
13. Kepada **kamu** yang tidak bisa penulis sebutkan, terima kasih telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi dan selalu mengingatkan penulis untuk selalu semangat, berdoa dan *always be happy*.
14. Untuk **diri sendiri**, saya sangat bersyukur menyandang gelar “Anak Bolang”.
I am who I am, I am doing very well in my life, and I thank God for that.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan penulisan selanjutnya. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT.

Medan, 02 Januari 2024
Penulis

Sylvi Zahwa
19.853.0172

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Hipotesis Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 9

2.1 Berita	9
2.1.1 Proses Pembuatan Berita	10
2.1.2 Konsep Berita	12
2.1.3 Syarat - Syarat pada Berita	14
2.2 Efektivitas.....	15
2.3 Komunikasi Massa	17
2.3.1 Model Komunikasi Bass	21
2.4 Minat Baca	21
2.5 Media Sosial.....	25
2.6 <i>Facebook</i>	27
2.6.1 Keunggulan <i>Facebook</i>	30
2.6.2 Kekurangan <i>Facebook</i>	31
2.7 LKBN (Lembaga Kantor Berita Nasional) Antara	32
2.8 Teori <i>Uses and Gratification</i>	35
2.9 Penelitian Yang Terdahulu.....	37
2.10 Kerangka Pemikiran	40

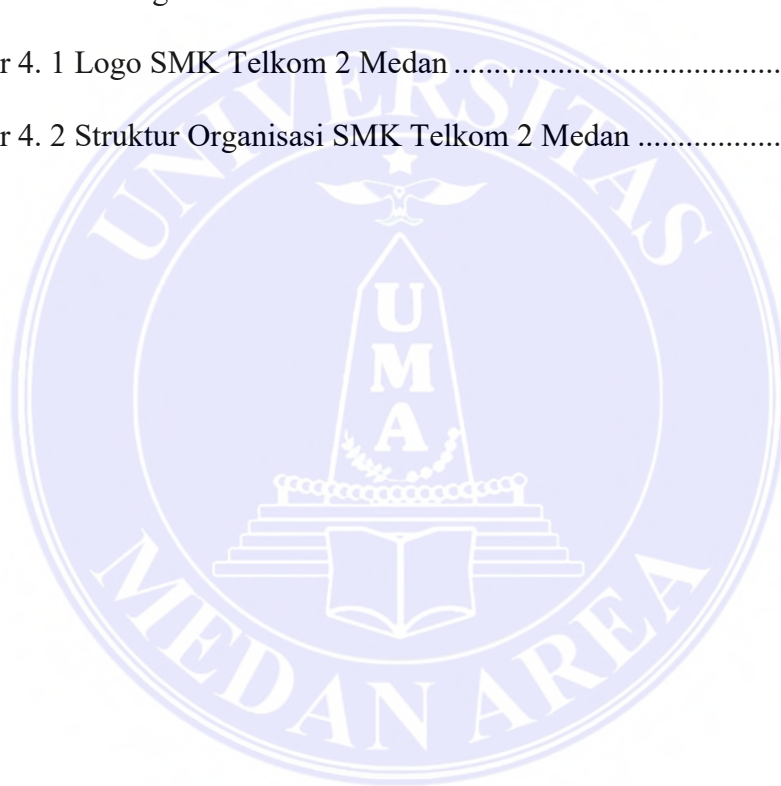
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 42

3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	43
3.2.1 Waktu Penelitian	43
3.2.2 Lokasi Penelitian	43
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi	43

3.3.2	Sampel	44
3.3.3	Teknik Sampling	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5	Analisis Data	46
3.5.1	Analisis Tabel Tunggal	46
3.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	47
3.6	Skala Pengukuran	47
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.7.1	Uji Validitas	49
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.8	<i>Pearson Product Moment</i>	52
3.9	Uji Hipotesis.....	54
3.10	Uji Efektivitas	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Gambaran Umum SMK Telkom 2 Medan	56
4.1.2	Gambaran Umum Responden	59
4.2	Pembahasan.....	61
4.2.1	Analisis Data Tabel Tunggal Variabel X (Efektivitas Penyampaian Berita Pada <i>Facebook</i> LKBN Antara Sumut)..	61
4.2.2	Analisis Data Tabel Tunggal Variabel Y (Minat Baca siswa/i SMK Telkom 2 Medan.....	66
4.2.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	73
4.2.4	Uji Hipotesis.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna <i>Facebook</i> di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Halaman <i>Facebook</i> LKBN Antara Sumut	3
Gambar 1. 3 Portal Website LKBN Antara Sumut	4
Gambar 2. 1 Model Komunikasi Bass	21
Gambar 2. 2 Tampilan <i>Facebook</i> & Fitur-fitur.....	29
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4. 1 Logo SMK Telkom 2 Medan	56
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi SMK Telkom 2 Medan	58



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jumlah siswa/i SMK Telkom 2 Medan.....	44
Tabel 3. 2 Contoh Pernyataan dengan Skala Likert.....	49
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	50
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	50
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha.....	52
Tabel 3. 6 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	53
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan	60
Tabel 4. 3 Sering menggunakan <i>Facebook</i> (X1)	61
Tabel 4. 4 Menggunakan <i>facebook</i> secara rutin dalam sehari (X2).....	62
Tabel 4. 5 Pernah melihat atau mengikuti halaman <i>facebook</i> LKBN Antara Sumut (X3).....	63
Tabel 4. 6 Sering melihat berita dari <i>facebook</i> LKBN Antara Sumut (X4).....	64
Tabel 4. 7 Berita LKBN Antara Sumut di <i>facebook</i> mudah	64
Tabel 4. 8 Berita LKBN Antara Sumut di <i>facebook</i> akurat (X6).....	65
Tabel 4. 9 LKBN Antara Sumut memberikan berita yang relevan & menarik bagi responden di <i>facebook</i> (X7).....	66
Tabel 4. 10 Memiliki minat membaca berita (Y1).....	67
Tabel 4. 11 Sering membaca secara <i>online</i> (Y2)	67
Tabel 4. 12 Secara rutin membaca berita di luar <i>facebook</i> seperti situs berita online atau portal Antara (Y3).....	68
Tabel 4. 13 Tertarik membaca berita kesehatan (Y4)	68
Tabel 4. 14 Tertarik membaca berita teknologi (Y5).....	69

Tabel 4. 15 Tertarik membaca berita olahraga (Y6).....	70
Tabel 4. 16 Minat baca meningkat setelah membaca berita dari LKBN Antara Sumut di <i>facebook</i> (Y7)	70
Tabel 4. 17 Berita <i>facebook</i> LKBN Antara Sumut mempengaruhi minat baca secara positif (Y8)	71
Tabel 4. 18 Berita dari LKBN Antara Sumut di <i>facebook</i> mendorong responden untuk mencari informasi lebih lanjut atau membaca berita lebih dalam (Y9)	72
Tabel 4. 19 Bagi responden, berita sangat penting untuk pengetahuan & pemahaman mengenai berita dalam kehidupan sehari-hari (Y10).....	73
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	73
Tabel 4. 21 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4. 22 Hasil Uji T.....	75
Tabel 4. 23 Hasil Uji Korelasi.....	77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital pada saat ini, kehidupan manusia semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi. Manusia adalah makhluk sosial yang memiliki naluri untuk berkomunikasi dengan baik dan berinteraksi dengan manusia lain setiap saat. Dengan berkembangnya internet, semakin banyak pilihan media sebagai sarana komunikasi. Saat ini, masyarakat semakin mengenal internet., ternyata tidak digunakan oleh remaja, melainkan oleh semua kalangan usia. Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut, informasi sudah menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Tidak dipercaya, bahwa teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat untuk mendapatkan suatu informasi tentang suatu peristiwa yang terjadi di suatu tempat maupun secara *online*.

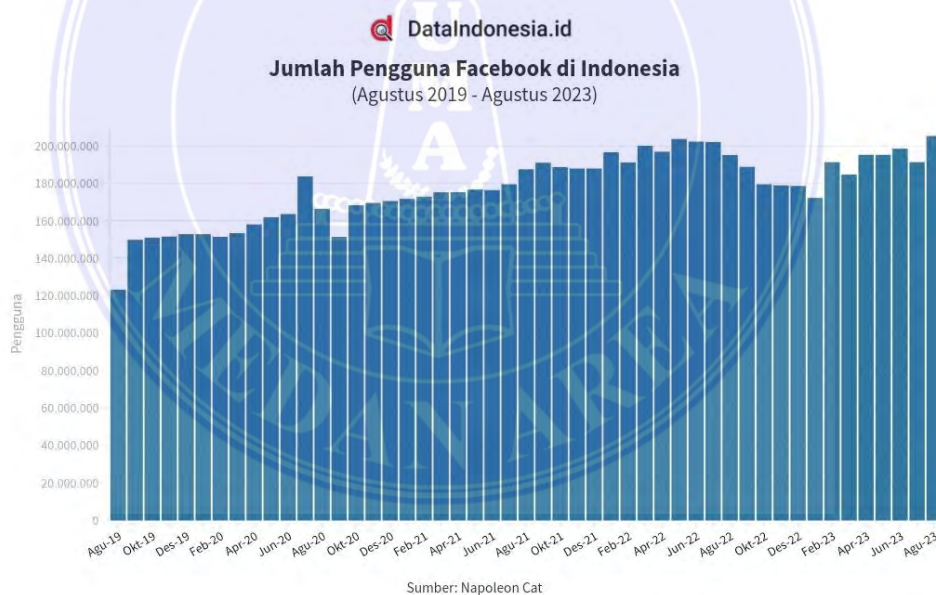
Pada hakikatnya, media sosial merupakan kemajuan terkini dalam berbagai teknologi baru berbasis internet yang tentunya dapat memudahkan setiap orang untuk berkomunikasi, berbagi, dan menjalin jaringan online sehingga dapat menciptakan konten dan informasinya sendiri. Media sosial digunakan untuk bersosialisasi secara bebas secara online. Tidak dapat disangkal bahwa komunikasi merupakan kebutuhan setiap makhluk hidup, karena media sosial mencoba untuk memenuhi kepuasan para penggunanya.

Beberapa contoh platform media sosial yang paling populer antara lain *Facebook, Instagram, Twitter* dan sejenisnya, terutama di Indonesia. *Facebook*

adalah salah satu situs media sosial yang paling populer. Banyak organisasi berita dan perusahaan media yang menggunakan *Facebook* sebagai sarana untuk menyebarkan berita kepada masyarakat. Media sosial, seperti *Facebook*, telah menjadi platform yang sangat populer dalam menyebarkan informasi. *Facebook* memiliki kemampuan untuk menjangkau setiap sudut dunia tanpa mengetahui siapa atau bagaimana mereka akan berinteraksi dengan kita.

Sejak kemunculan *facebook* pada tahun 2004, *facebook* sudah menjadi sarana komunikasi favorit bagi seluruh orang di dunia termasuk Indonesia. Indonesia kini memiliki pengguna Facebook terbesar ketiga di seluruh dunia.

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Facebook di Indonesia



Sumber : DataIndonesia.id

Menurut data yang dikumpulkan dari Napoleon Cat, pengguna Facebook Indonesia tercatat mencapai 205,4 juta pengguna pada Agustus 2023. Jumlahnya meningkat 7,31% dibandingkan bulan sebelumnya yang sebanyak 191,4 juta orang (DataIndonesia.id, 2023).

Dari data di atas, dapat dilihat seberapa besar potensi yang ada dalam penggunaan *facebook* untuk membangun profil individu, organisasi, dan bisnis. Selain untuk mengetahui aktivitas, mengikuti permainan, membina kehidupan sosial dan berkomunikasi, *facebook* juga menyebarluaskan mengenai informasi dan berita terkini. Salah satu lembaga berita yang menggunakan platform ini adalah Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Antara Sumut.

Gambar 1. 2 Halaman *Facebook* LKBN Antara Sumut



Sumber: <https://www.facebook.com/antsumut>

Salah satu situs media sosial terkenal, *facebook* telah mengubah paradigma tradisional dalam menyampaikan berita. Lembaga penyiaran, seperti Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Antara Sumut, telah memanfaatkan *facebook* sebagai saluran penting untuk menjangkau khalayak lebih luas, termasuk kalangan siswa/i di berbagai tingkat pendidikan. Mereka memanfaatkan halaman *facebook* mereka untuk menyajikan berbagai konten berita kepada pengguna. Pada tanggal 18 Agustus 2010, LKBN Antara Sumut bergabung dalam *facebook* dan hingga saat ini, pengikut dari LKBN Antara Sumut telah mencapai 9,8 ribu pengikut dan 9,2 ribu menyukai postingan.

Perusahaan Umum Lembaga Kantor Berita Nasional Antara atau disingkat menjadi LKBN Antara, adalah sebuah badan usaha milik negara Indonesia yang berperan sebagai kantor berita yang memberikan informasi yang tepat waktu, akurat dan penting ke seluruh wilayah nasional maupun internasional. Kantor berita Antara Sumatera Utara yang dulunya pada tahun 1945 masih bernama Antara Medan pertama kali di Pimpin oleh tokoh Pers Sumut, Bapak H.Muhammad Said, pendiri Harian Waspada Medan, berkantor di Jalan Sutomo dan pada tahun yang sama karena situasi pada saat itu tidak aman sempat hijrah ke kota Pematang Siantar sekitar 6 (enam) bulan dan Kantor Berita ANTARA Medan turut andil dalam menyiarkan berita tentang Kemerdekaan Indonesia.

Gambar 1. 3 Portal Website LKBN Antara Sumut



Sumber : sumut.antaranews.com

Kemudian pada tahun 1950 dilanjutkan oleh Amrullah O Lubis sampai dengan tahun 1965. Dimasa tahun 1965 (Masa G30S/PKI) Imran Zoni dan Letkol BHT Siagian sempat mengendalikan ANTARA Medan, pernah juga berkantor di daerah Kesawan dan kemudian pindah ke Jalan Hindu Medan di bawah kepemimpinan H Sofyan (1965-1977). Kemudian pada tahun 1977-1995, dipimpin oleh Muhammad Yazid dan terakhir berkantor di Jalan Raden Saleh No. 5 sampai

dengan sekarang. Kiprah ANTARA Medan terus dilanjutkan oleh Hasanuddin Lubis sampai dengan tahun 1997, kemudian oleh Th.SP Heriyanto (1997-1998), Ristiawati (PLT 1998-1999), Parsi Tanjung (1999-2003), Bambang Satrio A (2003-2004), Drs. Suchyar DH Putra (2004-2010). Pada tanggal 17 Juli 2007, ANTARA Medan berubah nama menjadi Biro Sumatera Utara, tahun 2010-2018 dipimpin oleh Bapak Suparmo.

Fenomena penggunaan media sosial *facebook* akhir-akhir ini memang sangat menarik. Hal ini terjadi karena mereka menemukan platform baru untuk mengekspresikan diri, berbagi informasi maupun membuat opini. Saat ini, mungkin hanya sedikit pengguna yang memiliki media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dari data di atas, dapat dilihat seberapa besar potensi yang ada dalam penggunaan *facebook* untuk membangun profil individu, organisasi, dan bisnis.

Selain untuk mengetahui aktivitas, mengikuti permainan, membina kehidupan sosial dan berkomunikasi, *facebook* juga menyebarluaskan mengenai informasi dan berita terkini. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa penggunaan media sosial juga memiliki potensi dampak negatif pada minat baca siswa/i jika tidak digunakan dengan bijak. Banyak waktu yang terbuang untuk membaca konten yang tidak relevan atau melakukan aktivitas lain yang dapat menghalangi Anda untuk membaca buku dan materi bermanfaat lainnya.

Siswa/i Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Telkom 2 Medan, sebagai generasi digital *native*, terbiasa dengan konsumsi konten di media sosial, termasuk berita. Di sisi lain, minat baca siswa/siswi SMK Telkom 2 Medan juga merupakan faktor penting dalam perkembangan literasi dan pengetahuan mereka. Minat baca

dapat mempengaruhi kemampuan pemahaman serta peningkatan wawasan mereka. Pentingnya minat baca siswa/i terhadap berita melalui *facebook* LKBN Antara Sumut juga terkait dengan permasalahan kontemporer dalam masyarakat, seperti penyebaran berita palsu (*hoax*) dan kurangnya pemahaman kritis terhadap informasi yang diterima di media sosial. Namun, tidak semua orang tertarik untuk membaca berita di *facebook*, khususnya para siswa di SMK Telkom 2 Medan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai variabel, seperti rendahnya pemahaman membaca, rendahnya kualitas informasi yang disebarkan, atau metode penyebaran informasi yang tidak efektif.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis memilih judul mengenai **“Efektivitas Penyampaian Berita Pada Facebook LKBN Antara Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan.”**

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka penulis membuat batasan masalah. Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah fokus pada efektivitas dalam penyampaian berita melalui *facebook* LKBN Antara Sumut, pengguna *facebook* pada siswa/i SMK Telkom 2 Medan, dan minat baca siswa/i terhadap berita yang disampaikan melalui *facebook* LKBN Antara Sumut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dirumuskan diatas, adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana efektivitas dalam penyampaian berita pada *Facebook* LKBN Antara Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan?
2. Seberapa besar efektif penyampaian berita pada *Facebook* LKBN Antara Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui efektivitas dalam penyampaian berita pada *Facebook* LKBN Antara Sumut terhadap minat baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar efektif penyampaian berita pada *Facebook* LKBN Antara Sumut terhadap minat baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan.

1.5 Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Alternatif (H_a): terdapat hubungan positif antara efektivitas penyampaian berita pada *Facebook* LKBN Antara Sumut dengan minat baca siswa/i SMK Telkom 2 Medan.
2. Hipotesis Nol (H_0): tidak ada hubungan antara efektivitas penyampaian berita pada *Facebook* LKBN Antara Sumut dengan minat baca siswa/i SMK Telkom 2 Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah manfaat bagi perkembangan pengetahuan tentang jurnalistik dan teknologi, khususnya pada media massa dan media sosial *Facebook*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi LKBN Antara Sumut, khususnya pengguna media sosial *Facebook* pada siswa- siswi SMK Telkom 2 Medan.

1.6.3 Manfaat Akademis

Penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk peneliti yang akan datang dengan menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama, yaitu tentang Efektivitas Penyampaian Berita Pada *Facebook* LKBN Antara Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Berita

Secara umum, berita adalah suatu topik atau cerita yang sedang hangat atau baru terjadi yang dilaporkan melalui media cetak, televisi, radio, dan media online, serta dari mulut ke mulut kepada publik. Semua yang baru dalam hal ini adalah informasi yang dapat dibagikan kepada orang lain dalam bentuk berita.

Secara etimologis, istilah “berita” dalam bahasa Indonesia mendekati istilah “*bericht (en)*” dalam bahasa Belanda. Dalam bahasa Belanda, istilah “*bericht (en)*” dijelaskan sebagai “*mededeling*” (pengumuman) yang berakar kata dari “*made (delen)*” dengan sinonim pada “*bekend maken*” (menginformasikan, mengumumkan, dan menjadi terkenal) dan “*vertelen*” (menceritakan atau menginformasikan). Menurut Earl English dan Clarence Hach, yang dikutip dari (Assegap, 1985) kedua ahli itu mengatakan : “*News is difficult to define, because it involves many variable factors*”.

Selain itu, Paul De Massenner dalam bukunya *Here's The News: Unesco Associate* bahwa berita adalah informasi penting yang menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. Menurut Charnley dan James M. Neal, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, pendapat, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting dan menarik, tetapi sebagian besar masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak (Errol Jonathan dalam Mirza, 2000).

2.1.1 Proses Pembuatan Berita

Secara teori, proses pembuatan berita pada dasarnya sama di semua media. Rapat redaksi, yang berfungsi sebagai pusat operasional media berita, biasanya menandai awal dari proses pembuatan berita. Rapat redaksi adalah acara rutin yang sangat penting bagi pertumbuhan dan peningkatan berita yang dihasilkan. Reporter, juru kamera, dan editor dapat mengajukan usulan-usulan berita yang akan diliput dalam rapat redaksi. Usulan itu sendiri berasal dari berbagai tempat. Teknik produksi berita termasuk elemen penting yang harus dipahami oleh para jurnalis. Namun, mengetahui teknik produksi juga berarti mengetahui bagaimana media beroperasi sebelum seseorang memilih untuk meliput acara, kegiatan, atau peristiwa tertentu.

1. *News Planning*

Proses pembuatan berita di sebuah media dimulai dengan perencanaan berita (*news planning*), berupa rapat redaksi atau rapat proyeksi. Dalam rapat ini dibahas topik atau isu yang akan diangkat, pembagian tugas, dan hal-hal lainnya.

2. *News Gathering*

Proses pengumpulan konten media berita dalam format reportase. Untuk mengumpulkan data faktual dan empiris yang layak diberitakan (terkini, relevan, dan akurat), wartawan dapat menggunakan data kejadian, wawancara, atau riset.

Fakta yang dikumpulkan harus menjawab pertanyaan 6 unsur berita
5W + 1H:

What : Apa

Who : Siapa

Where : Di mana

When : Kapan

Why : Kenapa

How : Bagaimana

3. *News Writing*

Informasi faktual yang sudah ditekan (ditulisi) diubah menjadi sebuah berita dengan menggunakan Bahasa Jurnalistik.

Karakter utama bahasa jurnalistik yaitu: spesifik = kalimatnya pendek-pendek, baku, dan sederhana; dan komunikatif = jelas, langsung ke pokok masalah (*straight to the point*), mudah dipahami orang awam.

4. *News Editing*

Setelah informasi selesai dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah penyuntingan naskah dengan menggunakan sisi redaksional (tata bahasa) dan substansial (isi/konten/data). Editing naskah dilakukan oleh reporter, lalu diselesaikan/disempurnakan oleh editor.

5. *News Publishing*

Selanjutnya, berita-berita tersebut disebarkan kepada masyarakat luas melalui berbagai media, termasuk media cetak, radio, televisi, situs berita online, dan media sosial.

2.1.2 Konsep Berita

1. **Berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*)**

Konsep ini menekankan pentingnya informasi yang akurat. Dengan kata lain, peristiwa itu baru saja dan dianggap sebagai elemen terpenting dalam suatu berita.

2. **Berita sebagai rekaman (*news as record*)**

Berita yang telah dicetak di surat kabar merupakan informasi yang dapat dilacak atau dicatat. Dokumentasi ini dapat berupa foto, rekaman wawancara, video atau data lainnya yang dikumpulkan selama pencarian berita.

3. **Bisa menjadi catatan sejarah yang sangat berharga bagi instansi mana pun**

Media yang memaksimalkan pemberitaan dapat menghasilkan penghargaan dan meningkatkan kredibilitasnya.

4. **Berita sebagai fakta objektif**

Menurut jurnalis, berita objektif adalah berita yang jujur dan didasarkan pada fakta tanpa pembiasan.

5. **Berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*)**

Untuk berita yang memuat atau menyampaikan situasi yang kompleks, seperti politik, ekonomi dan ilmu pengetahuan, konsep ini harus dijelaskan lebih lanjut. Artinya, jurnalis harus menjelaskan alasan, latar belakang, konsensus, kondisi saat ini, dan kaitannya dengan masyarakat. Meskipun tujuannya baik dan berdasarkan fakta, jenis berita ini dapat menimbulkan prasangka dan mengancam seseorang atau sesuatu.

6. Berita sebagai sensasi (*news as sensation*)

Sesuatu yang menggetarkan atau mengharukan harus menjadi bagian dari sensasi. Namun, ini tidak universal. Artinya, beberapa pembaca mengalami hal ini, dan yang lain merasa reaksinya biasa saja. Oleh karena itu, muncul dua jenis berita, yaitu serius dan desas – desus.

7. Berita sebagai minat insani

Dalam konsep ini, berita dibuat karena memberi tahu orang tentang hal – hal yang menyentuh perasaan manusia. Pembaca akan menanggapinya dengan berbagai cara, seperti iba, terharu, gembira, prihatin, dan lain – lain.

8. Berita sebagai ramalan (*news as prediction*)

Konsep ini biasanya berfokus pada peristiwa yang terjadi di masa lalu, masa sekarang dan di masa depan. Dengan kata lain, berita melibatkan ramalan tentang apa yang akan terjadi di masa depan dengan mengacu pada apa yang terjadi saat ini.

9. Berita sebagai gambar (*news as picture*)

Gambar yang disajikan dalam berita memiliki makna. Bukan hanya sebagai tambahan atau hiburan tetapi juga untuk meningkatkan nilai berita. Banyak peristiwa dilaporkan dengan gambar, yang dianggap lebih efektif daripada teks. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika berita di media online atau cetak dilengkapi dengan gambar kronologis kejadian, infografis dan elemen lainnya.

2.1.3 Syarat - Syarat pada Berita

Berita tidak hanya ditulis, mereka juga dapat berupa rekaman suara (audio) rekaman visual atau gabungan keduanya, yaitu rekaman audio-visual, seperti yang sering kita lihat di televisi. Bahkan saat ini, dunia jurnalistik juga memanfaatkan website, blog, hingga media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok*, *Telegram*, hingga *YouTube* untuk menyampaikan sebuah berita. Namun, membuat sebuah berita bukan perkara mudah. Menyusun berita membutuhkan kemampuan untuk menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan mudah dipahami. Penulisan berita harus memenuhi beberapa persyaratan, yaitu sebagai berikut.

1. Faktual
2. Aktual
3. Menarik dan bermanfaat
4. Tidak memihak
5. Menggunakan bahasa yang baik & benar

2.2 Efektivitas

Kata "efektif" berasal dari bahasa Inggris "*effective*", yang berarti sesuatu yang dilakukan dengan baik atau berhasil. Efektivitas mengacu pada kemampuan seseorang atau suatu objek untuk mencapai tujuan atau hasil dengan cara yang efisien. Dalam konteks bisnis, efektivitas mempengaruhi seberapa baik perusahaan dapat memenuhi tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Efektivitas juga mendorong penggunaan sumber daya yang tepat untuk mencapai hasil yang terbaik.

Kurniawan (2005) mendefinisikan efektivitas sebagai kemampuan suatu organisasi atau spesialisasi tertentu untuk melaksanakan tugas, fungsi (mengoperasikan program atau memenuhi misi) tanpa campur tangan pihak lain selama pelaksanaannya. Selain itu, menurut Nana Sudjana (1990), efektivitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan siswa untuk mencapai tujuan tertentu yang akan menghasilkan belajar secara maksimal. Keefektifan pembelajaran berkenaan dengan jalan dan upaya teknik ataupun strategi yang digunakan dalam mencapai tujuan secara cepat dan tepat. Dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu pengukuran tertentu yang menunjukkan bahwa suatu tujuan tertentu telah tercapai atau tidak lagi diperlukan.

Menurut Mc. Crosky Larson dan Knapp (1998) sebuah komunikasi dianggap efektif apabila:

1. Pesan tersebut dapat diterima dan ditafsirkan seperti yang dimaksudkan oleh pengirim.
2. Penerima dapat memberikan persetujuan dan menindaklanjuti komunikasi yang dikirimkan.

3. Tidak ada hambatan yang signifikan yang menghalangi untuk mengambil tindakan yang diperlukan untuk menindaklanjuti komunikasi yang dikirimkan.

Lestari dan Maliki (2003), menyatakan bahwa pada prinsipnya ada lima aspek lain yang perlu diperhatikan dalam membangun komunikasi yang efektif, yaitu:

1. Kejelasan, agar informasi dapat diterima dan dipahami oleh komunikan, maka bahasa dan pengemasan informasi harus jelas.
2. Ketepatan, ketelitian, atau akurasi mengacu pada kebenaran informasi yang disajikan serta penggunaan bahasa yang tepat.
3. Konteks, juga sering disebut sebagai situasi atau konteks, berarti bahasa dan konten yang digunakan dalam komunikasi harus sesuai dengan situasi dan latar tempat komunikasi berlangsung.
4. Alur, agar orang yang menerima informasi dapat merespon dengan cepat, bahasa, alur, dan informasi harus diatur dalam alur yang sistematis atau tidak ambigu..
5. Budaya, aspek ini mencakup sopan santun dan etika selain bahasa dan informasi. Ini berarti bahwa untuk menghindari salah tafsir, komunikasi harus disesuaikan dengan norma-norma budaya orang yang diajak berkomunikasi.

2.3 Komunikasi Massa

Manusia terlibat dalam kegiatan komunikasi dasar. Manusia dapat terhubung dengan orang lain melalui komunikasinya dalam kehidupan sehari-hari, baik di rumah, di tempat kerja, di pasar, di antara masyarakat umum, atau di lingkungan lainnya. Tidak ada orang yang akan menghalangi komunikasi dalam beberapa titik yang berbeda. Komunikasi sangat penting dalam kehidupan manusia. Karena komunikasi, pemahaman manusia telah berkembang dari hari ke hari. Komunikasi dan masyarakat saling bergantung karena keduanya menghasilkan sistem sosial yang saling menguntungkan.

Pengertian komunikasi dapat dilihat dari etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah). Dari sudut etimologi, kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin “*Communis*” yang berarti sama. Sedangkan secara terminologi, komunikasi adalah proses mengirimkan stimulus yang biasanya verbal, untuk mengubah tingkah laku orang lain. Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana komunikator menggunakan media untuk menyampaikan pesan kepada komunikan tertentu yang berguna untuk menciptakan pemahaman di antara mereka. Informasi yang disampaikan juga dapat memberikan efek tertentu bagi komunikan. Komunikasi yang efektif umumnya adalah penyampaian informasi yang diinginkan oleh komunikator untuk dipahami oleh komunikan, berlawanan dengan komunikasi yang tidak efektif, yang terjadi ketika komunikan mempersepsikan pesan secara keliru karena penyampaian pesan yang tidak tepat.

Bittner (Rakhmat, 2003) mendefinisikan komunikasi massa yang paling mendasar, yakni pesan yang disebarkan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Definisi ini menjelaskan bahwa komunikasi massa membutuhkan penggunaan media massa. Radio siaran, televisi, surat kabar, majalah, dan film merupakan contoh media komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah salah satu bentuk komunikasi massa melalui media cetak dan elektronik. Artinya, jika komunikasi tercipta melalui jalur teknis kontemporer, maka dapat dicirikan sebagai komunikasi massa. Istilah komunikasi massa sendiri berasal dari kata "*media of mass communication*". Istilah "massa" dalam konteks ini merujuk pada penonton, pendengar, pemirsa, atau pembaca.

Istilah "komunikasi massa" muncul sebagai hasil dari perkembangan komunikasi manusia dalam jangka panjang yang mengikuti perkembangan manusia itu sendiri. Dengan kata lain, seiring dengan upaya manusia untuk maju dan berkembang, kualitas komunikasi pun meningkat, yang mengarah pada penemuan, modifikasi, dan penciptaan bentuk-bentuk komunikasi modern yang kita gunakan saat ini. Dengan adanya kesamaan dan perbedaan dalam setiap fungsi, para ahli merekomendasikan berbagai fungsi komunikasi. Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (Ardianto, 2007):

1. Surveillance (Pengawasan)

Pengawasan komunikasi massa memiliki dua jenis: pengawasan peringatan atau waspada (pengawasan peringatan) dan pengawasan instrumental.. Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media memperingatkan khalayak akan ancaman bencana jangka panjang, tayangan yang mengelembungkan, atau serangan militer.

2. *Interpretation (Penafsiran)*

Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Selain fakta dan angka, media juga sering kali menawarkan analisis tentang peristiwa-peristiwa penting. Peristiwa yang dipublikasikan atau disiarkan dipilih dan diputuskan oleh organisasi atau bisnis media.

3. *Linkage (Pertalian)*

Dengan menyatukan elemen-elemen masyarakat yang berbeda, media massa dapat menciptakan hubungan berdasarkan hasrat dan minat yang sama. Media menghubungkan atau menyatukan kelompok-kelompok yang secara geografis terpecah namun memiliki kepentingan yang sama.

4. *Transmission of Values (Penyebaran Nilai-Nilai)*

Fungsi ini juga disebut sosialisasi. Proses di mana orang memperoleh kebiasaan dan cita-cita suatu kelompok dikenal sebagai "sosialisasi." Orang yang menonton, mendengarkan, dan membaca media massa yang menggambarkan masyarakat. Media menggambarkan perilaku dan harapan mereka terhadap kita. Dengan kata lain, media menawarkan model peran yang mungkin kita lihat dan meniru.

5. *Entertainment (Hiburan)*

Berbagai program televisi tersedia untuk khalayak, memberikan hiburan yang mereka cari. Orang juga bisa mendapatkan kesenangan dari berbagai acara radio. Surat kabar dapat melakukan hal ini dengan memasukkan artikel-artikel human interest, komik, teka-teki silang, dan cerita pendek.

Selain itu, ada 4 fungsi komunikasi massa, yaitu:

1. Pengawasan

Fungsi pengawasan dari komunikasi massa berfungsi sebagai mata dan telinga khalayak yang mencari informasi.

2. Kolerasi

Fungsi kolerasi dalam komunikasi massa artinya bahwa media menyajikan fakta yang digunakan oleh khalayak untuk bergerak ke seluruh dunia.

3. Sensasionalisasi

Media lebih mementingkan pesan atau informasi yang paling sensasional untuk menarik minat khalayak.

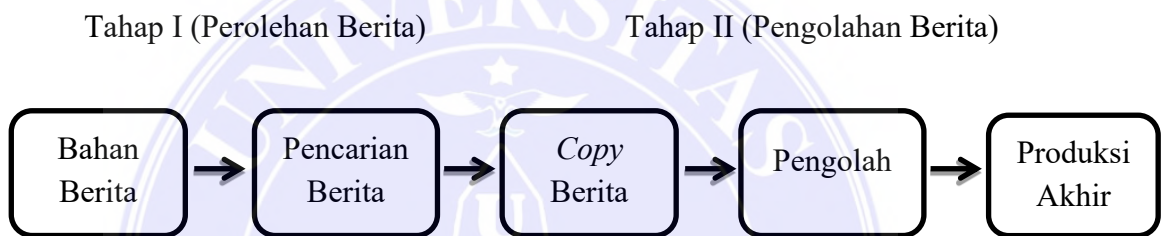
4. Hiburan

Kemampuan media massa untuk memenuhi permintaan akan hiburan publik memunculkan fungsi hiburan ini. Seperti, menyebarluaskan informasi melalui media seperti majalah, televisi, berita online, dan lainnya yang menawarkan berbagai informasi atau pesan yang menghibur kepada masyarakat.

2.3.1 Model Komunikasi Bass

Teori bass (arus berita) menjelaskan proses pencarian dan pengumpulan bahan berita atau proses produksi sebuah berita. Tindakan *gatekeeping* yang paling penting terjadi di organisasi pemberitaan, dan prosesnya dapat dibagi dalam dua tahap, yaitu perolehan berita dan pengelolaan berita, seperti yang ditunjukkan gambar berikut:

Gambar 2. 1 Model Komunikasi Bass



Sumber: Mc.Quail dalam buku Model-Model Komunikasi

Bass menjelaskan tahap pertama terjadi ketika para pencari berita membuat “berita kasar” (peristiwa, pidato, konferensi pers) menjadi “*copy* berita”. Tahap kedua terjadi ketika para pengolah berita merubah atau menggabung-gabungkan bahan itu menjadi “hasil akhir” (sebuah surat kabar atau siaran berita) yang disiarkan kepada umum (Mc.Quail, 1985)

2.4 Minat Baca

Seseorang yang tertarik pada objek, biasanya akan mencurahkan perhatian lebih banyak pada objek tersebut, atau merasa senang dengan objek tersebut. Namun, jika hal tersebut tidak menimbulkan kesenangan, dia tidak akan tertarik pada hal tersebut. Minat merupakan komponen yang dapat muncul dalam berbagai

cara. Minat dapat muncul karena berbagai faktor, termasuk kecocokan dengan keterampilan, kemampuan instruktur dalam memotivasi siswa, pengaruh teman dekat, lingkungan sekitar, dan lain-lain (Padmono, 2002).

Slameto (2010) mendefinisikan, minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu aktivitas atau hal tertentu, tanpa ada keterpaksaan, sedangkan Suranto (2005) menjelaskan, bahwa minat dapat diartikan sebagai suatu ketetapan hati untuk memilih dan melakukan suatu hal atau objek tertentu, di antara sejumlah objek yang tersedia.

Dalam bukunya *Education Psycology*, Abrur (1993) mengutip pendapat Crow yang memiliki sudut pandang yang berbeda. Minat dapat mengacu pada dorongan yang membuat kita tertarik atau merasa tertarik pada orang, benda, atau aktivitas tertentu, dan juga pada pengalaman secara efektif dapat meningkatkan ketertarikan ini. Dengan kata lain, minat memiliki potensi untuk memulai tindakan dan memotivasi keterlibatan di dalamnya.

Dari beberapa definisi yang diberikan di atas, minat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk terus memperhatikan dan mengingat sesuatu (orang, barang, atau aktivitas) yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui lebih lanjut. untuk memahami, menemukan, dan membangun lebih lanjut. Minat dapat dikatakan sebagai dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat terhadap sesuatu tidak terjadi begitu saja. Berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat.

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah sesuatu yang berasal dari dalam diri. Reber menyatakan bahwa aspek-aspek internal ini meliputi "pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan" (Muhibbin Syah, 2005).

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah sesuatu yang berada di luar diri, seperti dukungan dari orang tua, instruktur, dan teman sebaya, ketersediaan infrastruktur dan fasilitas, serta lingkungan.

Seseorang yang ingin meningkatkan minatnya haruslah mencari informasi dan juga ilmu pengetahuan untuk menunjang minatnya tersebut. Dalam mendapatkan informasi dan juga ilmu pengetahuan, membaca memperoleh arti yang penting. Membaca adalah salah satu proses yang sangat penting untuk mendapatkan ilmu dan pengetahuan. Membaca berarti melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis (secara lisan atau hanya dalam hati). Dari pengertian tersebut, membaca bukanlah keterampilan yang lebih dari sekadar memahami kata-kata yang ada di dalam sebuah teks, tetapi membaca merupakan suatu cara memahami atau menyerap konsep-konsep yang disajikan sehingga memperoleh penguasaan bahkan mengkritisi bahan bacaan (Trimo, 2000).

Membaca pada umumnya merupakan proses yang rumit dengan menggabungkan berbagai aktivitas, termasuk proses visual, kognitif, psikolinguistik, dan metakognitif di samping hanya melafalkan tulisan (Crawley dan Mountain dalam Rahim 2007). Secara linguistik, membaca adalah proses pembacaan sandi (*decoding process*). Artinya, kegiatan membaca merupakan upaya untuk menghubungkan makna kata-kata tertulis (*written words*) dengan

makna bahasa lisan (*oral language meaning*). Dengan kata lain, kegiatan membaca adalah kegiatan yang mengubah tulisan atau cetakan menjadi bunyi yang bermakna (Anderson dalam Tarigan, 2008).

Seperti yang telah diketahui, membaca merupakan salah satu kegiatan yang paling penting dalam proses pembelajaran. Selain itu, minat baca juga merupakan hasil proses sosial budaya. Artinya, keinginan untuk membaca tidak akan tumbuh secara alami. Sebaliknya, itu memerlukan dorongan yang kuat untuk membangunnnya. Jika bahan bacaan didukung dengan baik dan diminati oleh pembaca, keinginan untuk membaca akan meningkat karena mereka akan menemukan hal-hal baru. Pada dasarnya, setiap orang memiliki minat baca karena naluri ingin tahu yang universal. Rasa ingin tahu tersebut mendorong orang untuk mencari jawaban atas pertanyaan mereka.

Minat baca merupakan hasil dari keinginan, kemauan dan dorongan. Motivasi untuk membaca didasarkan pada pemahaman individu tentang nilai diri mereka sendiri, yang dapat mendorong mereka untuk terlibat proses membaca dan memahami informasi dan makna yang terkandung dalam bahasa tertulis. Secara umum, minat baca dapat diartikan sebagai dorongan, gairah, atau keinginan alami yang mendorong seseorang untuk berkonsentrasi pada membaca. Memiliki minat baca bukanlah sesuatu yang tiba-tiba muncul pada seseorang, akan tetapi minat ini harus dipupuk dan dibangun sejak kecil.

Menurut Kamah (2002), minat membaca berarti adanya perhatian atau kesukaan (kecenderungan hati) untuk membaca. Aspek minat membaca termasuk kesenangan membaca, frekuensi membaca, dan kesadaran akan manfaat membaca.

Selain itu, minat membaca dapat digambarkan sebagai keinginan intrinsik untuk berbagi ide dan gagasan atau transmisi pemikiran yang bermanfaat, yang berkontribusi pada peningkatan kapasitas intelektual, membantu mengerti permasalahan orang lain, pengembangan konsep diri sebagai sebuah proses pembelajaran yang dapat dilakukan dalam jangka waktu yang lama.

2.5 Media Sosial

Peran media sosial dalam peradaban modern sangat penting, terutama pada masa epidemi. Media sosial sangat membantu dalam menghilangkan jarak antar manusia, sehingga mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk berinteraksi. Namun, dampak positif yang tinggi tidak serta merta menghalangi potensi dampak negatif yang kuat juga.

Setiap pengguna media sosial dapat menganggapnya sebagai platform digital yang menawarkan sumber daya yang dibutuhkan untuk terlibat dalam kegiatan sosial. Menurut kebijaksanaan konvensional, media sosial sendiri merupakan bagian dari perkembangan internet. Jejaring sosial, yang biasanya disebut sebagai "media sosial", adalah jenis media baru. Hal ini menunjukkan betapa interaktifnya media baru ini.

Oleh karena itu, setiap orang yang menggunakan internet dapat memperoleh informasi atau membuat konten kapan pun dan di mana pun mereka suka. Media sosial online atau yang juga dikenal dengan jejaring sosial online, menurut buku Komunikasi 2.0 karya Ardianto, bahwa media sosial online, disebut jejaring sosial online bukan media massa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat.

Menurut Henderi, situs jejaring sosial berbasis web yang memungkinkan setiap orang untuk membuat profil publik atau semi-publik dalam sebuah sistem yang terbatas, daftar pengguna lain yang terhubung dengan mereka, dan melihat serta mengeksplorasi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan sebuah sistem merupakan contoh media sosial (Henderi, 2007).

Sementara itu, menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller, media sosial menawarkan saluran bagi pelanggan untuk mengkomunikasikan teks, foto, video, dan konten audio satu sama lain, dengan bisnis, dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012).

Dalam beberapa tahun terakhir, platform media sosial telah berkembang pesat dalam mempengaruhi pola perilaku masyarakat dan area lain dalam kehidupan mereka. Sehingga media sosial memiliki tujuan yang sangat luas. Adapun fungsi media sosial diantaranya:

1. Meningkatkan demokratisasi informasi dan pengetahuan. Mengubah individu dari konsumen materi pesan menjadi pembuat pesan.
2. Media yang dibuat dengan teknologi web dan internet untuk meningkatkan kontak sosial manusia.
3. Mengubah praktik komunikasi industri media penyiaran yang bersifat satu arah, dari audiens ke audiens menjadi praktik komunikasi yang bersifat dialogis, dari audiens ke audiens.

Selain itu terdapat pendapat lain menurut Puntodi (2011), yaitu pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut:

1. Karena audiens yang memutuskan, manfaat mengembangkan merek pribadi melalui media sosial adalah tidak mengenal taktik atau popularitas palsu. Orang-orang dapat terhubung, berdiskusi, dan bahkan mendapatkan popularitas di media sosial melalui berbagai media sosial.
2. Media sosial memberikan kita kesempatan untuk berinteraksi dengan konsumen secara langsung. Konten komunikasi yang lebih personal tersedia melalui media sosial. Pemasar dapat mempelajari kebiasaan konsumen mereka dalam menggunakan media sosial, berkomunikasi dengan mereka secara personal, dan menarik minat mereka.

2.6 Facebook

Salah satu situs web jejaring sosial di Internet adalah *facebook*, yang didirikan oleh Mark Zuckerberg. Mark Zuckerberg, alumni Harvard dan mantan siswa Ardsley High School, meluncurkan *facebook*. Pada tanggal 4 Februari 2004, awalnya situs ini hanya tersedia untuk mahasiswa Harvard. Kemudian diperluas ke universitas-universitas lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, dan Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan seluruh institusi Ivy League selama dua bulan berikutnya (Wijaya, 2014).

Nurudin (dalam Maharani Mutia Sari, 2017) mendefinisikan *facebook* sebagai alat sosial untuk membantu komunikasi yang lebih efektif dengan keluarga, teman, dan orang asing. *Facebook* unggul dalam membuat navigasi penggunaannya menjadi sederhana. Pengguna *facebook* dapat menjelajahi *facebook* dengan mudah. Setiap pemilik akun memiliki kemampuan untuk menampilkan gambar dan melakukan fungsi lain seperti berbicara.

Setiap detik informasi disebarkan melalui *facebook*. *Facebook* dapat diakses kapan pun seseorang menginginkannya, sesuai dengan keinginan mereka. *Facebook* dapat digunakan sebagai alat untuk aktualisasi diri, untuk membangun jaringan yang tidak terbatas, dan untuk menyebarkan ide. tidak seperti platform media sosial lainnya. Beberapa fitur-fitur pada *facebook* ialah sebagai berikut:

1. Beranda atau Halaman Utama

Ini adalah halaman utama di mana, pengguna dapat melihat unggahan terbaru dari teman-teman dan halaman yang diikuti.

2. Wall atau Dinding

Pengguna dapat mengunggah foto dan video ke akun mereka serta membagikannya dengan teman-teman atau publik secara selektif menggunakan fitur privasi.

3. Status Pembaruan

Dengan fitur ini, pengguna dapat memposting pembaruan status singkat tentang apa yang sedang mereka pikirkan atau lakukan saat ini kepada teman-temannya.

4. Grup

Pengguna dapat bergabung dalam grup berdasarkan minat atau topik tertentu, seperti hobi, olahraga favorit, komunitas lokal, dan lain-lain untuk berinteraksi dan berbagi informasi dengan anggota grup tersebut.

5. Halaman (*Page*)

Halaman adalah entitas publik yang memungkinkan tokoh terkenal, figur publik, bisnis, tempat, usaha, organisasi, acara, atau situs web berinteraksi dengan penggemar atau pemirsa. Pengguna dapat mengikuti halaman ini untuk menerima pembaruan yang terkait.

6. **Pesan (*Messenger*)**

Di *facebook*, fitur pesan memungkinkan pengguna berkomunikasi secara pribadi dengan teman-teman mereka melalui teks, panggilan suara, atau video.

7. **Notifikasi**

Ini adalah fitur yang menginformasikan kepada pengguna tentang aktivitas terbaru mereka, seperti permintaan pertemanan baru, komentar di unggahan, ulang tahun teman, dan lainnya.

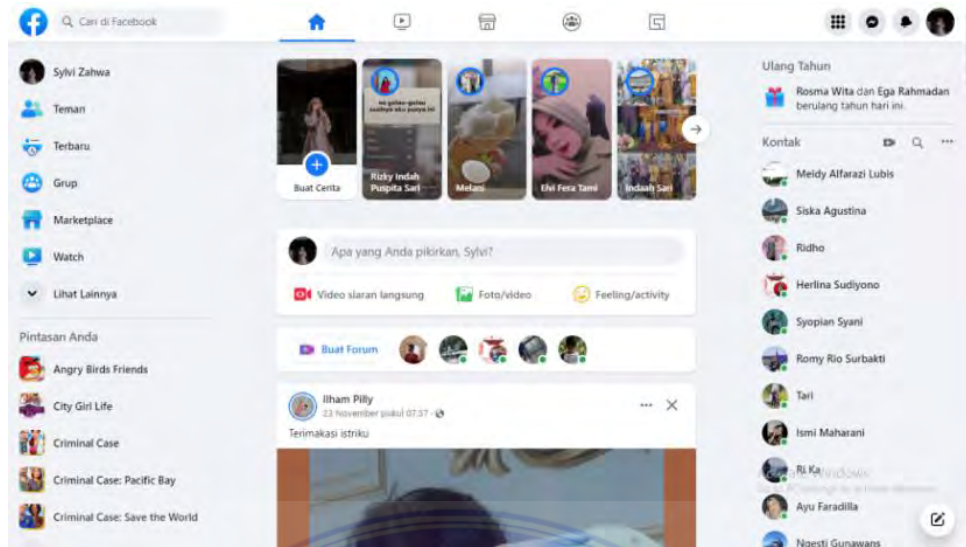
8. **Acara**

Pengguna dapat membuat acara dan mengundang temannya, serta mengelola detail acara, seperti tanggal, waktu, dan tempat, serta berbagi informasi penting kepada tamu undangan.

9. **Privasi**

Dengan fitur privasi yang disediakan *facebook*, pengguna dapat mengatur siapa yang dapat melihat konten mereka dan bagaimana orang berinteraksi dengan mereka dalam setiap profil atau pos.

Gambar 2. 2 Tampilan *Facebook* & Fitur-fitur



Sumber : <https://web.facebook.com/>

Menurut laporan digital tahunan *We Are Social* dan *Hootsuite*, pertumbuhan media sosial tahun ini mencapai 13%, dengan 3 miliar pengguna di seluruh dunia. Penggunaan *Facebook* masih mendominasi angka-angka tersebut.

2.6.1 Keunggulan Facebook

Salah satu keunggulan *facebook* adalah mudah diakses, baik melalui komputer, laptop, tablet, atau ponsel. Beberapa keunggulan *facebook* sebagai berikut:

1. Fitur yang sangat lengkap

Facebook adalah salah satu situs jejaring sosial yang memiliki banyak fitur, yang menawarkan segalanya mulai dari pasar, daftar

pekerjaan, grup dan komunitas, halaman, dan permainan. Inilah yang membuat orang bisa berlama-lama di Facebook dan merasa betah.

2. Terhubung dengan WhatsApp dan Instagram

Karena *Facebook* adalah induk dari WhatsApp dan Instagram, sehingga semua data mereka dapat dihubungkan. Salah satunya adalah konten yang dapat dipertukarkan.

3. Media sharing yang mudah

Facebook dapat digunakan sebagai alat untuk berbagi informasi, pengalaman, dan video yang menarik dengan cepat dan mudah.

4. Iklan di *facebook* spesifik

Salah satu opsi periklanan yang ditawarkan *facebook* kepada pemilik bisnis adalah Iklan *facebook*, yang memungkinkan mereka untuk memasarkan produk mereka kepada orang-orang tertentu berdasarkan minat, *passion*, hobi, usia, dan faktor lainnya.

5. Tempat diskusi unggulan

Pengguna dapat dengan mudah berdebat dan mempelajari topik-topik yang berkaitan dengan hobi dan minat mereka berkat banyaknya grup dan komunitas di *facebook*.

2.6.2 Kekurangan *Facebook*

Selain keunggulan yang dimiliki oleh *facebook*, *facebook* sendiri juga mempunyai kekurangan, yakni sebagai berikut:

1. Mengurangi produktivitas seseorang

Produktivitas menurun ketika menggunakan *facebook* dalam jangka waktu yang lama tanpa pengekangan, tetapi pengguna tidak berhenti bersenang-senang.

2. Merasa tidak nyaman

Kesempurnaan gambar seseorang dapat membuat orang merasa tidak nyaman pada saat-saat tertentu. Merasa bahwa teman atau artis favorit mereka lebih menarik dan terlihat keren daripada mereka.

3. Mudah menyebarkan *hoax*

Facebook sering digunakan untuk menyebarkan berita *hoax*. Pengguna perlu menyaring informasi agar tidak menerima informasi palsu. Jangan sampai informasi palsu memicu keributan, perselisihan, dan keresahan sosial.

2.7 LKBN (Lembaga Kantor Berita Nasional) Antara

Kantor Berita Antara didirikan pada tanggal 13 Desember 1937 oleh Adam Malik, Soemanang, A.M. Sipahoetar dan Pandoe Kartawagoena, ketika semangat kemerdekaan nasional digerakkan oleh para pemuda pejuang. Keberhasilan Antara menyiarkan Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945 keseluruh dunia adalah wujud kecintaan dan baktinya yang besar bagi perjuangan bangsa Indonesia. Tahun 1962, Antara resmi menjadi Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) yang berada langsung di bawah Presiden Republik Indonesia. Selama lebih dari setengah abad, Antara sebagai salah satu kantor berita terbesar di dunia bertekad untuk selalu menghadirkan berita dan foto mengenai

peristiwa-peristiwa penting dan mutakhir secara cepat dan lengkap ke seluruh dunia.

Melalui Peraturan Pemerintah Nomor : 40 Tahun 2007, akhirnya Antara resmi bergabung menjadi keluarga besar Kementerian BUMN dan berubah menjadi Perum Lembaga Kantor Berita Nasional Antara. Didukung teknologi informasi terkini, Antara memiliki jaringan komunikasi yang menjangkau berbagai pelosok tanah air dan dunia. Antara memiliki biro di setiap propinsi serta perwakilan di beberapa kotamadya/kabupaten. Agar dapat menyajikan berita luar negeri dengan persepsi nasional, Antara mengendalikan biro/perwakilan di New York, Canberra, Kuala Lumpur, Kairo dan Sana'a.

Antara juga bekerja sama dengan kantor berita di seluruh dunia, baik secara komersial maupun non-komersial, untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat global, seperti *AAP* (Australia), *Reuters* (Inggris), *AFP* (Perancis), *DPA* (Jerman), *Kyodo* (Jepang), *Bernama* (Malaysia), *Xinhua* (PR China), *CIC* (Columbia), *NAMPA* (Namibia) dan lain-lainnya. Antara aktif dalam berbagai organisasi regional dan international, seperti *ANEX* (*ASEAN News Exchange*), *OANA* (*Organization of Asia Pacific News Agencies*) dan *NANAP* (*Non-Aligned News Agencies Pool*).

Antara juga bekerjasama dengan mitra-mitra asing seperti Reuters dan Bloomberg dalam menjual layanan data dan informasi pasar global. Dengan kantor-kantor berita asing di Asia Pasifik, Antara membentuk konsorsium Asia Pulse dalam memberikan layanan informasi bisnis Asia, dan membentuk konsorsium Asia Net dalam menyebarluaskan rilis pers secara global. Sebagai bagian dari misi

sosial budayanya, Antara mengelola sebuah galeri foto jurnalistik (GFJA). Galeri ini telah banyak dikunjungi dan telah dikenal di mancanegara. Belanda dan Australia pernah memberi sumbangan foto-foto berharga untuk dipamerkan di GFJA. Jepang dan Ford Foundation pernah membantu restorasi foto-foto bersejarah yang dimiliki galeri tersebut. Dengan berbagai pihak, GFJA juga pernah bekerjasama dalam menyelenggarakan kursus foto jurnalistik.

Pada bulan Desember 2008, Direktorat Pemberitaan Antara meraih sertifikasi ISO 9001-2000 yang kini telah diperbarui menjadi ISO 9001:2008. Sertifikat ini merupakan penjelasan atas persyaratan yang harus dipenuhi untuk sebuah sistem manajemen mutu yang baik. Ini merupakan bukti nyata bahwa semua individu di dalam Antara berkomitmen untuk memperluas transformasi manajemen agar sistem manajemen mutu dapat lebih kuat dari sebelumnya. Seiring berjalannya waktu, Antara mengumumkan peluncuran www.antaranews.com sebagai portal berita yang dapat diandalkan dan memiliki keamanan yang kuat. Sejak Juni 2009, Antaranews.com telah berevolusi dari Antaranews.co.id.

Dari segi integritas, situs ini lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan antara.co.id, meskipun ada beberapa masalah yang tidak ditangani di antaranews.com. Pada saat itu, beritanya lebih pendek dan tidak banyak. Informasi hanya bisa diakses sampai lead, karena orang yang meminta akses harus membayar. Kemudian, pada tahun 2005, terjadi sedikit perubahan, dan berita-berita yang disebarkan lebih jarang. Kemudian, mulai tahun 2008, praktik ini berlanjut dengan laporan berita tentang foto-foto yang diambil hingga saat ini.

2.8 Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* dilahirkan oleh tiga ilmuwan yaitu Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1974). Teori ini tidak tertarik dengan yang dilakukan media pada seseorang tapi pada yang dilakukan orang terhadap media (Jalaluddin. 1984). Menurut Blumer dan Katz, teori *uses and gratifications* mengandaikan bahwa pengguna memiliki pilihan tambahan untuk memenuhi kebutuhannya (Nurudin. 2017). Teori ini juga berfokus pada penggunaan media untuk memuaskan keinginan seseorang. Oleh karena itu, berbagai tuntutan dan kepentingan pribadi akan digunakan untuk menjelaskan sebagian besar perilaku khalayak. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan menjelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan karakteristik individu.

Katz, Blumler, dan Gurevitch (Ardial, 2015) menjelaskan asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification*, yaitu:

1. Khalayak dianggap aktif, yang berarti mereka memiliki tujuan dalam penggunaan media massa.
2. Dalam proses komunikasi massa, penting untuk mempertimbangkan penggunaan media yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan khalayak.
3. Media harus bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhan.

Perilaku khalayak menentukan konsumsi media untuk memenuhi kebutuhan ini.

4. Tujuan dari kepemilikan media massa berasal dari data yang diberikan oleh khalayak. Artinya, khalayak dianggap cukup mengerti untuk diterapkan pada situasi dan kondisi tertentu.
5. Penilaian tentang arti sebuah budaya dari media massa harus diperjelas sebelum orientasi khalayak diteliti lebih dahulu (Ardial, 2015).

Menurut Riley dan Riley (dalam Ardial, 2015), teori *uses and gratifications* mengatakan bahwa seseorang menggunakan media massa dengan tujuan yang berbeda. Efek dari perbedaan penggunaan ini dipengaruhi oleh tingkat kepuasan penerimaan informasi. Ada tujuh faktor yang sangat berkaitan dengan perbedaan antara penggunaan dan dampak kepuasan, yaitu sebagai berikut:

1. Kondisi sosial dan psikologis seseorang
2. Kebutuhan yang permanen akan suatu media
3. Efek dari suatu media
4. Jenis sumber informasi atau media
5. Perbedaan kebiasaan pemberitaan dari media
6. Kebutuhan akan kepuasan informasi
7. Efek tambahan

Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Manusia mempunyai otonomi, yang memungkinkan untuk terlibat dalam produksi media. (Nurudin, 2014). Kaitan dari *teori uses and gratification* dalam penelitian ini yaitu dilihat dari penggunaan media komunikasi oleh seseorang atau sekelompok orang. Tujuan dari penggunaan media komunikasi tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan mereka yang membutuhkan informasi.

Seseorang atau kelompok orang yang menggunakan media merupakan sebuah dari teori tersebut.

2.9 Penelitian Yang Terdahulu

Berdasarkan tinjauan pustaka yang peneliti telusuri, ada beberapa penelitian yang membahas dan berkaitan dengan judul peneliti, yaitu Efektivitas Penyampaian Berita Pada *Facebook* LKBN Antara Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai referensi adalah sebagai berikut:

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Lian Agustina Setiyaningsih, Muhammad Hanif Fahmi, dan Fitriatqwin Sawidodo (Ilmu Komunikasi, Universitas Merdeka Malang, Sistem Informasi, Universitas Islam Raden Rahmat Malang)	Media Referensi Berbasis Teknologi <i>Facebook</i> Bagi Wartawan Dalam Menyusun Berita	Perbedaan penelitian ini dengan penulis adalah peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan yang kedua adalah membahas tentang media referensi berbasis teknologi bagi wartawan	Persamaan pada penelitian ini dengan penulis adalah meneliti tentang <i>media facebook</i> .
	Sylvi Zahwa (Universita Medan Area)		Penulis menggunakan metode penellitian kuantitatif. Meneliti tentang efektivitas penyampaian berita terhadap minat baca	Penulis membahas tentang media <i>Facebook</i> pada LKBN Antara Sumut
2	Oktafalia Marisa (Universitas Bunda Mulia)	Efektivitas Penggunaan Media Jejaring Sosial <i>Facebook</i> Terhadap	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis adalah	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penulis adalah meneliti

		Kegiatan Komunikasi Universitas Di Jakarta (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bunda Mulia, Tarumanagara Dan Stie Trisakti)	menggunakan Uji <i>Kruskall-Wallis</i> . Terdapat 3 variabel pada penelitian terdahulu (X1, X2 dan Y1)	teentang <i>Facebook</i> . dengan judul yang sama yaitu efektivitas. Persamaan yang kedua adalah penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif. Peneltian terdahulu juga memakai perangkat lunak yaitu SPSS.
	Sylvi Zahwa (Universitas Medan Area)		Penulis menggunakan analisis data tabel tunggal, analisis regresi linear sederhana. Uji yang dipakai penulis adalah uji t dan uji koefisien determinasi	Persamaan pada penulis yaitu meneliti tentang efektivitas pada media <i>facebook</i> dan judul yang sama. Penulis memakai metode penelitian kuantitatif. Penulis memakai perangkat lunak SPSS.
3	Naimah (Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin)	Efektifitas Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Publikasi PMI Kabupaten Banjar	Penelitian terdahulu menggunakan analisis data yaitu pengumpulan data, Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi	Persamaan penelitian terdahulu yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif Judul pada penelitian terdahulu ialah efektivitas pada media <i>facebook</i>
	Sylvi Zahwa (Universitas Medan Area)		Penulis menggunakan analisis data tabel tunggal, analisis regresi linear sederhana. Uji yang dipakai penulis adalah uji t	Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif

			dan uji koefisien determinasi	
4	Maharani Mutiara Sari (Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Surakarta)	Efektivitas Facebook Dalam Menyebarkan Informasi Pada Komunitas Solo Last Friday Ride	Penelitian terdahulu tidak mengolah data dengan SPSS	Persamaan penelitian terdahulu yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif
	Sylvi Zahwa (Universitas Medan Area)		Penulis mengolah data dengan menggunakan SPSS	Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif
5	Dirga Agung Reksananda (Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan,	Efektivitas Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Penyebaran Informasi Di Dinas Komunikasi Informasi Dan Statistik Provinsi Lampung	Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif	Meneliti tentang efektivitas penggunaan media <i>facebook</i>
	Sylvi Zahwa (Universitas Medan Area)		Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Penulis membahas tentang efektivitas penyampaian berita pada <i>facebook</i>
6	Mesi Indriyani, A.A Bambang, Dian Tri Hapsari (Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta)	Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.Id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng	Variabel pada penelitian terdahulu adalah media online Tirto.id sebagai variabel X dan kebutuhan informasi sebagai variabel Y	Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teori yang digunakan adalah teori <i>uses and gratification</i>
	Sylvi Zahwa (Universitas Medan Area)		Variabel pada penulis adalah <i>Facebook</i> LKBN Antara Sumut sebagai variabel X dan Minat baca sebagai variabel Y	Penulis juga memakai teori <i>uses and gratification</i>

Sumber: Peneliti, 2023

2.10 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah landasan teoretis yang digunakan untuk memahami dan memberikan penjelasan tentang fenomena yang diteliti. Ini membantu peneliti mengatur dan mengkaitkan berbagai konsep dan teori yang berhubungan dengan masalah penelitian. Kerangka pemikiran juga membantu menentukan variabel penelitian, hubungan antar variabel, dan hipotesis. Untuk penelitian mengenai efektivitas penyampaian berita pada *Facebook* LKBN Antara Sumut terhadap minat baca siswa/siswi SMK Telkom 2 Medan, kerangka pemikiran dapat dibentuk dengan mempertimbangkan beberapa hal berikut.

Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran



Dalam pembuatan berita, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi sebelum menyebarkan berita, yaitu:

1. Unsur Berita
2. Fakta & Data
3. Anatomi Berita
4. Menggunakan bahasa yang baik & benar

Setelah berita dibuat dengan memenuhi beberapa persyaratan, berita tersebut diolah dan diproses untuk memastikan apakah sudah memenuhi syarat. Jika sudah memenuhi syarat, berita tersebut dapat didistribusikan dengan efektif ke berbagai media. Setelah berita tersebut diolah dan diproses, berita tersebut dikirim ke akun *Facebook* LKBN Antara Sumut. Pengguna aktif *Facebook* LKBN Antara Sumut melihat berita tersebut secara langsung.

Konsep minat baca dimaksudkan adalah motivasi untuk membaca didasarkan pada pemahaman kekuatan dalam diri seseorang yang dapat mendorong mereka untuk melakukan aktivitas dan memahami informasi dan makna yang terkandung dalam bahasa tertulis. jika dikaitkan dengan siswa/i SMK Telkom 2 medan yang menunjukkan bahwa mereka memiliki dorongan, minat, atau keinginan alami untuk fokus pada membaca sejak kecil. Ada beberapa kriteria nya yaitu siswa/i SMK Telkom 2 Medan, pengguna aktif *facebook* dan mengetahui LKBN Antara Sumut

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang membutuhkan desain yang sistematis, terorganisir, dan terdefinisi dengan jelas. Fokus penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif adalah pada penelaahan data-data numerikal (angka), yang kemudian dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik statistik yang tepat. (Siyoto & Sodik, 2015).

Menurut Sugiyono, teknik penelitian kuantitatif adalah teknik yang berlandaskan pada positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau kelompok tertentu. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak, dengan data yang dikumpulkan melalui instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menunjukkan antara variabel, jika dikaitkan teori, peneliti gunakan karena mengukur apakah ada hubungan atau tidak dalam penyampaian berita pada *facebook* LKBN Antara Sumut terhadap minat baca siswa/i SMK Telkom 2 Medan.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan yang dimulai selama 1 bulan, yaitu sejak bulan April 2023.

3.2.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Telkom 2 Medan, Jalan Halat No. 68. Kota Matsum II

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah umum yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi berfokus pada semua karakteristik, sifat, dan ciri yang dimiliki oleh objek atau individu. Populasi tidak terbatas pada jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari. Sugiyono menyatakan bahwa populasi adalah wilayah umum yang terdiri atas hal atau orang yang memenuhi kriteria ukuran dan komposisi yang telah ditetapkan sehingga peneliti dapat memeriksanya dan menarik kesimpulan. (Sugiyono, 2007).

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh siswa SMK Telkom 2 Medan. Populasi ialah sebanyak 407 Siswa/i SMK Telkom 2 Medan.

Tabel 3. 1 Jumlah siswa/i SMK Telkom 2 Medan

Kelas	Angkatan	Jurusan			
		Akomodasi Perhotelan (AP)	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Usaha Perjalanan Wisata (UPW)	Tata Boga (TB)
X	2022	14	76	-	48
XI	2021	-	69	-	58
XII	2020	-	78	-	64
Total		407			

Sumber: Bidang Kesiswaan SMK Telkom 2 Medan, 2023

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah demografi dan karakteristik populasi secara keseluruhan, atau bagian dari populasi secara keseluruhan yang berbeda dengan populasi secara keseluruhan karena adanya kejadian, sehingga dapat membantu populasi. Selain itu, dapat juga digunakan sebagai bagian kecil dari populasi yang dibagi menjadi dua kelompok berdasarkan tindakan selanjutnya yang akan membantu populasi. Jika populasinya besar, dan populasinya tidak mungkin melebihi populasi, ini adalah pertanda.

Ukuran sampel digunakan rumus Slovin dipilih menurut sampel dalam penelitian ini.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Populasi

e = Tingkat Kesalahan Sampel

$$n = \frac{407}{1 + (407 \times 0.1^2)}$$

$$n = \frac{407}{5,07}$$

$$n = 80,27 \text{ dibulatkan } 80$$

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel dari populasi. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah Sampling nonprobabilitas. Teknik ini merupakan teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik penarikan sampel dari populasi nonprobabilitas dengan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik penarikan sampel dengan kriteria yang bersangkutan, peneliti menetapkan ini, yaitu:

1. Siswa/i SMK Telkom 2 Medan
2. Pengguna aktif *facebook*
3. Mengetahui LKBN Antara Sumut

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti ialah dengan menggunakan observasi dan kuesioner.

3.4.1 Observasi

Cara yang paling efektif untuk menggunakan metode observasi adalah dengan melakukan pengkodean dalam format atau blangko pengamatan sebagai instrumen. Observasi ini dilakukan dengan cara pengamatan melalui minat baca pada siswa dan siswi SMK Telkom 2 Medan.

3.4.2 Kuesioner

Daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden (sampel penelitian) disebut kuesioner. Informasi yang diperoleh dari hasil kuesioner atau kuesioner dikumpulkan dan dicatat. Kuesioner akan dilanjutkan ke tahap penelitian jika temuan yang diperoleh telah memadai untuk memenuhi standar penelitian.

3.5 Analisis Data

Analisis data adalah metode dalam mengolah data menjadi informasi pada suatu penelitian yang dilakukan dengan menganalisis seluruh data dari instrumen penelitian. Ketika melakukan sebuah penelitian, peneliti harus melakukan analisis yang membuat data menjadi mudah dipahami. Untuk menemukan solusi dari masalah penelitian yang sedang diteliti, analisis data juga diperlukan. Menurut Sofian Effendi, tujuan analisis data adalah untuk memadatkan data ke dalam format yang lebih sederhana untuk dibaca dan dipahami.

3.5.1 Analisis Tabel Tunggal

Analisis tabel tunggal merupakan analisis yang dilakukan dengan membagi-bagi variabel yang terdiri dari kolom, yaitu jumlah frekuensi dan

presentasi untuk setiap kategori. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak hubungan antar variabel. Analisis tabel tunggal sangat penting untuk mengetahui apakah ada hubungan di antara variabel X dan variabel Y, atau variabel pendukung lainnya (Suryanto, 2011).

3.5.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana mengacu pada hubungan linear antara variabel *independen* (X) dan variabel *dependen* (Y). Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk menentukan arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negatif dan juga untuk memprediksi nilai variabel terikat jika nilai variabel bebas meningkat atau menurun. Pada regresi sederhana, data yang digunakan berupa skala interval atau rasio.

Menurut Sudjana (2016) regresi sederhana bertujuan untuk mempelajari hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Rumus yang digunakan adalah:

$$Y = a + b X$$

dimana:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = bilangan konstanta

b = koefisien regresi

3.6 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2007), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada

dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran dapat digunakan dalam berbagai bidang. Nilai variabel yang diukur oleh beberapa perangkat dinyatakan sebagai angka, membuat proses penentuan skala pengukuran menjadi lebih tepat, efektif, dan komunikatif. Agar peneliti dapat mempelajari data empiris, fitur-fitur tersebut harus dikonversi ke dalam bentuk yang dapat diukur

Menurut Sugiyono (2007) skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk menilai pengetahuan, perspektif, dan perasaan seseorang tentang suatu isu atau tren sosial tertentu. Variabel yang akan diukur diubah menjadi dimensi, dimensi menjadi subvariabel, dan akhirnya subvariabel diubah menjadi indikator-indikator yang dapat diukur dengan menggunakan skala Likert. Setiap jawaban dikaitkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata. Setiap jawaban item instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki peringkat dari sangat positif hingga sangat negatif. Pilihan jawaban pada instrumen yang digunakan skala Likert ada lima, yaitu sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS), skor = 5
2. Setuju (S), skor = 4
3. Ragu – Ragu (RG), skor = 3
4. Tidak Setuju (TS), skor = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS), skor = 1

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Contoh item pernyataan dan pembobotan dalam skala Likert dengan bentuk checklist yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Contoh Pernyataan dengan Skala Likert

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Facebook LKBN Antara Sumut menyajikan berita yang positif dan akurat	✓				

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Alat ukur atau instrumen yang akan disusun haruslah valid dan reliabel agar data yang dapat diperoleh darinya valid dan reliabel. Hal ini dikenal dengan istilah validitas dan reliabilitas alat ukur atau validitas dan reliabilitas instrumen.. Validitas adalah salah satu ciri yang menandai tes hasil belajar yang baik. Validitas atau ketepatan pengukuran tes hasil belajar dapat dievaluasi dari dua sudut pandang, yaitu desain tes secara keseluruhan dan peran masing-masing butir soal sebagai komponen tes. (Bloor, 1997).

Uji validitas merupakan salah satu metode pengujian yang dapat menunjukkan atau mengetahui tingkat kelayakan dari berbagai instrument serta mencari dan membuktikan bahwa variabel sesuai dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2017). Dalam pengujian ini salah satu pendekatan paling umum digunakan adalah dengan perbandingan nilai atau *Corrected Item Total* atau *r* hitung. Pada uji validitas, dasar penentuan ketetapan yaitu jika nilai *r* hitung ($>$) lebih besar dari nilai *r* tabel dan nilai yang dihasilkan

positif, maka pernyataan dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai r hitung ($<$) lebih kecil dari nilai r tabel dan nilai yang dihasilkan negatif, maka pernyataan dianggap tidak valid. Dalam penelitian ini, nilai r tabel dihitung dengan menggunakan nilai *Degree of Freedom* sebesar 0,05 atau 5% dari total responden, dan nilai r tabel yang relevan adalah 0,2172. Dalam penelitian ini, uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciencer*).

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X
(Efektivitas Penyampaian Berita Pada Facebook LKBN Antara Sumut)

Instrumen Penelitian	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
X1	0,888	0,2172	Valid
X2	0,860	0,2172	Valid
X3	0,958	0,2172	Valid
X4	0,820	0,2172	Valid
X5	0,796	0,2172	Valid
X6	0,745	0,2172	Valid
X7	0,923	0,2172	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y
(Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan)

Instrumen Penelitian	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Y1	0,714	0,2172	Valid
Y2	0,575	0,2172	Valid

Y3	0,623	0,2172	Valid
Y4	0,687	0,2172	Valid
Y5	0,687	0,2172	Valid
Y6	0,437	0,2172	Valid
Y7	0,738	0,2172	Valid
Y8	0,650	0,2172	Valid
Y9	0,652	0,2172	Valid
Y10	0,360	0,2172	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan pada uji validitas yang dilakukan pada variabel X dan Y di atas, dapat disimpulkan bahwa r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel dan bernilai positif. Ini karena tujuh pernyataan untuk variabel X dan sepuluh pernyataan untuk variabel Y dimasukkan ke dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai konsistensi hasil penelitian dengan berbagai metode penelitian dalam berbagai kondisi (tempat dan waktu). Secara khusus, konsep reliabilitas mengacu pada konsistensi hasil skor pada item-item dalam kuesioner. Oleh karena itu, uji reliabilitas adalah uji reliabilitas instrumen penelitian adalah untuk mengetahui seberapa konsisten peneliti kuantitatif menggunakan alat ukur mereka.

Dalam situasi ini, peneliti ingin mengetahui apakah hasil pengukuran pada sampel yang sama pada waktu yang berbeda konsisten. Dengan kata lain, sebuah alat penelitian, seperti kuesioner, dinyatakan reliabel hanya jika

dapat menghasilkan skor yang konsisten untuk setiap pengukuran. Oleh karena itu, alat pengukuran tersebut (butir-butir pernyataan atau pertanyaan) memberikan hasil pengukuran yang konsisten sepanjang waktu.

Dalam penelitian ini, akan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, jika dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,60. Jika instrumen alat ukur memiliki nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka alat ukur tersebut tidak reliabel.

**Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha
Variabel X (*Facebook* LKBN Antara Sumut) dan Variabel Y
(Minat Baca)**

Variabel	Cronbach Alpha	Jumlah Item	Ket.
Variabel X (<i>Facebook</i> LKBN Antara Sumut)	.934	7	Reliabel
Variabel Y (Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan)	.779	10	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas *Cronbach Alpha* untuk variabel X (*Facebook* LKBN Antara Sumut) dinyatakan konsisten karena diperoleh dengan nilai $0,934 > 0,60$, sedangkan hasil uji reliabilitas variabel Y (Minat Baca) juga dinyatakan konsinsten karena diperoleh dengan nilai $0,779 > 0,60$.

3.8 Pearson Product Moment

Analisis koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara variabel bebas atau *independent* dan variabel terikat atau *dependent*. Dalam penelitian ini menggunakan persamaan koefisien korelasi

product moment karena data yang memiliki skala ukuran rasio. Untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel yang dikorelasikan, maka digunakan rumus korelasi *Product Moment*, yaitu : (menggunakan piranti lunak *SPSS* versi 21).

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

dimana:

r = koefisien korelasi pearson

x = variabel independen

y = variabel dependen

n = banyak sampel/responden

Korelasi *pearson product moment* dilambangkan (r). Kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih memiliki koefisien korelasi positif terbesar = 1 dan koefisien korelasi negatif terbesar = -1, maka hubungan tersebut sempurna. Tabel berikut menunjukkan interpretasi koefisien korelasi.

Tabel 3. 6 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat

0,80 – 1,000	Sangat Kuat
--------------	-------------

Sumber: Sugiyono, 2016

3.9 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang perlu diuji kebenarannya serta menjadi petunjuk bagi peneliti dalam memperoleh data yang diperlukan. Yang diuji dalam data statistik adalah apakah variabel X benar-benar mempengaruhi variabel Y atau tidak, dan apakah hipotesis yang diajukan ditolak atau diterima. Uji hipotesis penting dilakukan untuk mengetahui hubungan kedua variabel tersebut. Dalam hal ini, uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi hubungan antara dua variabel. Hasil uji hipotesis dianggap sebagai jawaban sementara untuk rumusan masalah awal (Sugiyono, 2016)

Pengujian data tersebut melibatkan pada proses pembuatan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Selanjutnya, hipotesis yang diajukan sebelumnya akan diuji melalui pengumpulan data dan analisis statistik yang sesuai. Peneliti melakukan uji hipotesis untuk mengetahui dan memprediksi apakah variabel bebas mempengaruhi variabel lain, yaitu minat baca siswa/i SMK Telkom 2 Medan. Dalam pengujian ini peneliti dengan uji korelasi *pearson product moment* melalui program SPSS (*Statistical Package For Social Sciencer*).

3.10 Uji Efektivitas

Uji efektivitas merupakan proses penelitian yang bertujuan untuk menentukan seberapa efektif suatu intervensi, program, atau tindakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam uji ini, hasil kelompok yang menerima perlakuan (intervensi) dibandingkan dengan hasil kelompok kontrol yang tidak

menerima perlakuan tersebut. Dalam uji efektivitas, data dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis menggunakan metode kuantitatif. Analisis statistik digunakan untuk menguji hipotesis dan memberikan bukti kuat tentang dampak dari program atau intervensi yang diteliti. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan signifikan dalam hasil antara kedua kelompok tersebut.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan lapangan dan hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear sederhana, beberapa kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut:

1. Ditemukan hubungan antara variabel X, *facebook* LKBN Antara Sumut terhadap variabel Y, minat baca siswa/i SMK Telkom 2 Medan. Hubungan dapat dilihat dari minat baca pada rubrik teknologi dan kesehatan.
2. Ditemukan sebesar 60,1% hubungan yang diberikan oleh *facebook* LKBN Antara Sumut terhadap minat baca siswa/i SMK Telkom 2 Medan dan minat baca yang diminati oleh pada siswa/i SMK Telkom 2 Medan adalah berita kesehatan dan teknologi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti membuat beberapa saran yang dapat digunakan sebagai literatur atau referensi bagi LKBN Antara Sumut dan pimpinan Antara Sumut, serta untuk penelitian lanjutan.

1. Media sosial seperti *facebook* telah meningkat popularitasnya untuk menyebarkan informasi karena memungkinkan pengguna menghubungi setiap orang di seluruh dunia tanpa mengetahui siapa atau bagaimana mereka akan berinteraksi dengan pengguna seperti LKBN Antara Sumut. Hasil penelitian yang ditemukan bahwa pada instrumen penelitian (X5),

ditemukan *mean item* sebesar 4,18% yang mengatakan bahwa responden setuju berita LKBN Antara Sumut di *facebook* mudah dipahami. Disarankan agar *facebook* LKBN Antara Sumut lebih meningkatkan kualitas berita yang mudah dipahami oleh pengguna *facebook* sehingga minat baca pembaca bertambah.

2. *Facebook* LKBN Antara Sumut memiliki hubungan yang signifikan 60,1% dengan kategori kuat dalam memenuhi minat baca, yang artinya berita yang disebarluaskan oleh LKBN Antara Sumut memiliki berita yang positif dan berkualitas, dan akan menjadi daya tarik peminat untuk terus menggali berita yang disajikan oleh LKBN Antara Sumut. Dengan tingginya minat baca pada siswa/i SMK Telkom 2 Medan, diharapkan untuk lebih menuntut membaca berita yang dipercaya, akurat dan berita yang positif, sehingga dapat menyaring informasi dengan cermat agar tidak termakan informasi *hoax*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial. 2015. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Bumi Aksara : Jakarta.
- Amar, M. D. 1984. Hukum Komunikasi Jurnalistik. Bandung: Alumni.
- Azman. 2018. Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi. *Jurnal Peurawi*, 1(1).
- Bloor. Thomas and Meriel Bloor. 1997. *The Functional Analysis of English: a Hallidayan Approach*. New York: Arnold.
- Budiastuti, D. 2022. Validitas dan reliabilitas penelitian.
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2). Guepedia.
- Etnanta, Y. C., & Irhandayaningsih, A. 2017. Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Minat Baca Siswa SMA Negeri 1 Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 371-380.
- Ginting, L. S. 2020. "Jurnalistik "Kemahiran Berbahasa Produktif".
- H, Karunia Hans. Ashri, N., dan Irwansyah. 2021. Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.
- Indriyani, Mesi. Bambang, A.A., dan Hapsari, Tri D. 2020. Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.Id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(2), 157-167.
- Izzaty, Rita Eka, dkk. 2008. Perkembangan Peserta Didik. Yogyakarta: UNY. Press.
- Kamah, Idris. 2002. Pedoman Pembinaan Minat Baca. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI
- Kunjana, R. 2010. Dasar - Dasar Penyuntingan Bahasa Media. Jakarta: Gramata Publishing.
- Lestari, Endang, dan Maliki. 2003. Komunikasi yang Efektif. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Marisa, O. 2011. Efektivitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Facebook Terhadap Kegiatan Komunikasi Universitas Di Jakarta. *Business & Management Journal Bunda Mulia*, 2(7), 32-51.
- McQuail, Denis. Model-Model Komunikasi. Alih Bahasa Putu Laxman Pendit. Jakarta: Ramdina Prakarsa.

- Meyta, N. 2019. Teknik Editing Naskah Dan Nilai Berita Pada Program Lintas Inews Di Inews Palembang (Doctoral dissertation, UIN RADEN FATAH PALEMBANG).
- Mujahidah. 2013. Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi. *Lentera*, 15(1), 101-114.
- Naimah. 2019. Efektifitas Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Publikasi Pmi Kabupaten Banjar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 1-9.
- Padmono. 2002. Evaluasi dan Pengajaran. Surakarta : FKIP UNS
- Poerwadarminta W.J.S. 1976. Kamus Umum Bahasa Indonesia. PN Balai. Pustaka, Jakarta.
- Priadana, Sunarsi. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif. Tangerang: Pascal Books.
- Puryanto, N. L. 2009. Problematika Penggunaan Ragam Bahasa Jurnalistik Pada Media Massa dan Implikasinya Terhadap Pembinaan Bahasa Indonesia Di Masyarakat. *16(2)*, 143-152.
- Puspitasari, E. 2017. Karakteristik Bahasa Jurnalistik Dalam Artikel Surat Kabar Priangan. *Jurnal Diksatrasia*, 1(1), 1-10.
- Rakhmat, J. 2003. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Reksananda, D. A. 2022. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Penyebaran Informasi Di Dinas Komunikasi Informasi Dan Statistik Provinsi Lampung. 1-10.
- Romli, A. S. 2003. Jurnalistik Dakwah. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Safitra, A. 2018. Efektivitas Literasi Media Dalam Meningkatkan Minat Baca Melalui Kelompok Gerakan Langkah Pintar (Doctoral dissertation).
- Santoso, S. dan Tjiptono. (2001). Riset Pemasaran Konsep Aplikasi SPSS. Jakarta: Media Komputindo.
- Sari, M. M. 2017. Efektivitas Facebook Dalam Menyebarkan Informasi Pada Komunitas Solo Last Friday Ride. *Komunitas*, 47-62.
- Sarvika, Mohamad Afkar. Mayangsari, Ira Dwi. 2016. Produksi Siaranberita Televisi (Studi Deskriptif Padaprosesproduksi Siaranprogramberita“Ada Berita Petang”), 3(2), 2258.
- Setiyaningsih, L. A. Fahmi, dan H.M. Sawidodo, F. 2020. Media Referensi Berbasis Teknologi Facebook Bagi Wartawan Dalam Menyusun Berita. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(2), 159-176.
- Siyoto, Sodik. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Slameto. 2002. Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: PT. Adi Mahasatya.
- Sudarsana, U. 2014. Pembinaan minat baca. *Universitas Terbuka*, 1(028.9), 1-49.
- Sudjana. 2016. Metoda Statistika Edisi Ketujuh. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Wahjuwibowo, I. S. 2015. Pengantar Jurnalistik : Teknik Penulisan berita, feature dan artikel. Tangerang: PT. Matana Publishing Utama.
- Watie, E. D. 2011. Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(1), 69-75.
- Wijaya, Mahendra Adi. 2014. *Facebook* Sebagai Sarana Pertukaran Informasi Fotografi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Facebook Komunitas Fotografer Jalanan Indonesia). Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Sumber lain:

<https://www.batubarakab.go.id/post/dasardasar-jurnalistik-pengertian-jenis-teknik-kode-etik-1615310882>

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-facebook-di-indonesia-capai-2022-juta-pada-juli-2022>

<https://sulselprov.go.id/welcome/post/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-masyarakat#:~:text=Penggunaan%20media%20sosial%20memberikan%20kemudahan,mengakses%20informasi%20yang%20kita%20butuhkan.>

<https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>

<https://www.bola.com/ragam/read/5386257/apa-saja-syarat-penulisan-berita-ini-penjelasan?page=4>

<https://paulipu.com/berita-adalah/>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir saya yang berjudul "Efektivitas Penyampaian Berita Pada Facebook LKBN ANTARA Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan", saya mohon untuk kesediaan anda sebagai responden dalam penelitian saya dengan mengisi daftar pertanyaan di bawah ini dengan jawaban yang sejujur-jujurnya. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas responden.

Atas kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Sylvi Zahwa (198530172)
Program Studi Ilmu Komunikasi

A. DATA RESPONDEN

Nama :

Apakah anda siswa/i SMK Telkom 2 Medan?

- ☐ Ya (silahkan untuk melanjutkan menjawab pertanyaan berikutnya)
☐ Tidak (tidak perlu untuk melanjutkan pertanyaan berikutnya)

Jurusan : ☐ Akomodasi Perhotelan (AP)
☐ Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)
☐ Usaha Perjalanan Wisata (UPW)
☐ Tata Boga (TB)

1. Apakah anda menggunakan Facebook?

- ☐ Ya (silahkan untuk melanjutkan menjawab pertanyaan berikutnya)
☐ Tidak (tidak perlu untuk melanjutkan pertanyaan berikutnya)

2. Apakah anda mengikuti Facebook LKBN Antara Sumut?

- ☐ Ya (silahkan untuk melanjutkan menjawab pertanyaan berikutnya)
☐ Tidak (tidak perlu untuk melanjutkan pertanyaan berikutnya)

B. PETUNJUK PENGISIAN

Kuesioner yang akan diisi oleh anda adalah berbentuk skala likert, yang dimana akan ada empat alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang diajukan & anda diminta untuk hanya memilih satu jawaban, yaitu:

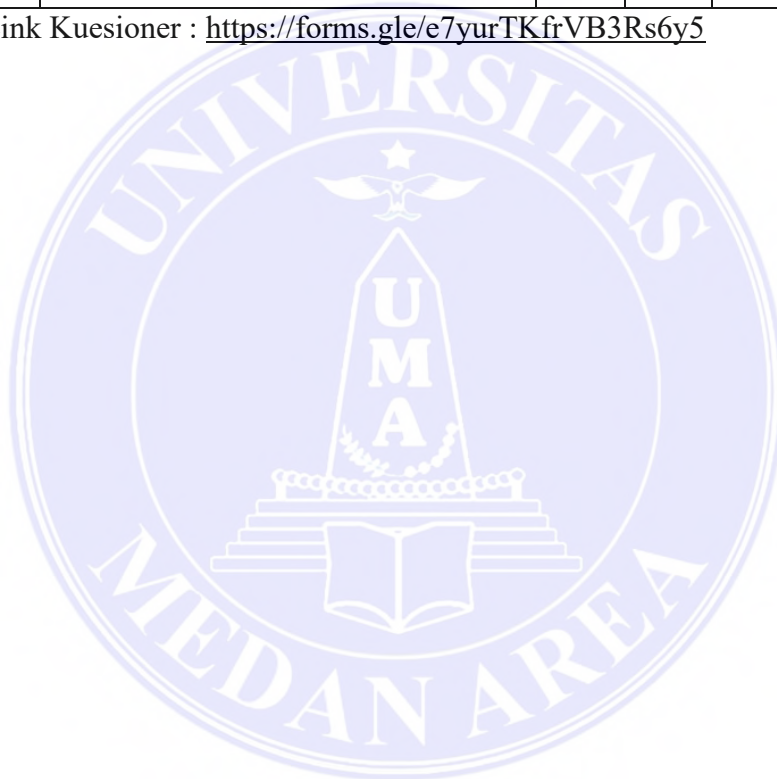
Keterangan	5 = SS	= Sangat Setuju
	4 = S	= Setuju
	3 = RG	= Ragu - Ragu
	2 = TS	= Tidak Setuju
	1 = STS	= Sangat Tidak Setuju

Berilah tanda check list pada jawaban yang anda pilih

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
Variabel X (Facebook LKBN Antara Sumut)						
1.	Saya sering menggunakan <i>Facebook</i>					
2.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> secara rutin dalam sehari					
3.	Saya pernah melihat atau mengikuti halaman <i>Facebook</i> LKBN Antara Sumut					
4.	Saya sering melihat berita dari LKBN Antara Sumut di <i>Facebook</i>					
5.	Berita yang disampaikan oleh LKBN Antara Sumut di <i>Facebook</i> mudah dipahami					
6.	Berita yang disampaikan oleh LKBN Antara Sumut di <i>Facebook</i> akurat					
7.	LKBN Antara Sumut memberikan berita yang relevan & menarik bagi saya di <i>Facebook</i>					
Variabel Y (Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan)						
1.	Saya memiliki minat membaca berita					
2.	Saya sering membaca secara online					
3.	Saya secara rutin membaca berita di luar <i>Facebook</i> seperti situs berita online atau portal Antara					
4.	Saya tertarik membaca berita kesehatan					
5.	Saya tertarik membaca berita teknologi					
6.	Saya tertarik membaca berita olahraga					

7.	Minat baca saya meningkat setelah membaca berita dari LKBN Antara Sumut di <i>Facebook</i>					
8.	Berita yang disampaikan oleh <i>Facebook</i> LKBN Antara Sumut mempengaruhi minat baca saya secara positif					
9.	Berita dari LKBN Antara Sumut di <i>Facebook</i> mendorong saya untuk mencari informasi lebih lanjut atau membaca berita lebih dalam					
10.	Bagi saya, berita sangat penting untuk pengetahuan & pemahaman mengenai berita dalam kehidupan sehari – hari					

Link Kuesioner : <https://forms.gle/e7yurTKfrVB3Rs6y5>



Lampiran 2 Surat Pengantar Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setia Budi Nomor 797 Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, (061) 8201994, Fax (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: um@uma.ac.id

Nomor : 789 /FIS.3/01.10/IV/2023
Lamp : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

29 Mei 2023

Kepada Yth,
Kepala Sekolah SMK Telkom 2 Medan
Di
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Sylvi Zahwa
N P M : 198530172
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke **Kepala Sekolah SMK Telkom 2 Medan**, dengan judul Skripsi **Efektivitas Penyampaian Berita Pada Facebook LKBN Antara Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,


Dr. Effendi Juliana Hasibuan, M.Si

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



Lampiran 3 Surat Balasan



**SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
(SMK) SANDHY PUTRA -2 MEDAN**
KELOMPOK :
PARIWISATA - TATA BOGA - TEKNIK KOMPUTER DAN INFORMATIKA
JL. HALAT NO. 68 MEDAN - 20215 TELP. (061) - 42905258 WA. 081376079468
E - mail : smkpar_sp2@yahoo.com

Nomor : 549/SMK TEL-2/E.23/VI/2023
Lampiran : -
Hal : Balasan Surat Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth,
Ibu Dr.Effiaty Juliana Hasibuan, M.Si
Dekan Universitas Medan Area
Di - Tempat

Dengan hormat,
Yang bertanda tangan dibawah ini :
Nama : Fadliansyah Nasution, S.Kom, M.Kom
Jabatan : Kepala SMK Sandhy Putra-2 Medan

Menerangkan bahwa :

NO	Nama	NPM	Prog. Study	Fakultas
1	Sylvi Zahwa	198530172	Ilmu Komunikasi	Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Telah selesai melaksanakan Observasi di SMK Sandhy Putra-2 Medan dalam rangka memenuhi persyaratan penulisan skripsi dengan judul :

Efektifitas Penyampaian Berita Pada Facebook LKBN Antara Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/i SMK Telkom 2 Medan

Demikian Surat Balasan Observasi ini kami sampaikan dan terima kasih.

Medan, 6 Juni 2023
SMK Sandhy Putra-2 Medan
Kepala Sekolah

Fadliansyah Nasution, M.Kom

Lampiran 4 Surat Selesai Riset



YAYASAN PENDIDIKAN TELKOM
SMK TELKOM-2 MEDAN
Terakreditasi - A
Program Studi Keahlian :
(1) Usaha Jasa Pariwisata (2) Akomodasi Perhotelan (3) Tata Boga (4) Teknik Komputer Jaringan
Jl. Halat No. 68 Medan 20215 - Telp. : 061 - 7362677 - 7362877
E-mail:smkpar_sp2@yahoo.com

SURAT KETERANGAN
Nomor : 07/SMK TEL-2/E.23/VII/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fadliansyah Nasution, S.Kom, M.Kom
Jabatan : Kepala SMK Sandhy Putra-2 Medan

Menerangkan bahwa :

NO	Nama	NPM	Prog. Study	Fakultas
1	Sylvi Zahwa	198530172	Ilmu Komunikasi	Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Adalah benar Mahasiswa Universitas Medan Area tersebut Telah melakukan Penelitian (Research) di SMK Telkom-2 Medan dengan judul :

Efektifitas Penyampaian Berita Pada Facebook LKBN Antara Sumut Terhadap Minat Baca Siswa/I SMK Telkom 2 Medan

Demikian Surat Keterangan ini kami sampaikan dan terima kasih.

Medan, 24 Juli 2023
SMK Sandhy Putra-2 Medan
Kepala Sekolah

Fadliansyah Nasution, M.Kom

Lampiran 5 Jawaban Responden Pada Variabel X

Karakteristik Responden					Variabel X Facebook LKBN Antara Sumut							
No. Resp	Umur	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Total X
1	16 Tahun	Laki - Laki	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	5	4	4	30
2	17 Tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	5	4	4	30
3	18 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
4	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
5	16 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
6	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
7	17 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
8	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
9	16 Tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	5	4	4	30
10	16 Tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
11	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	4	5	4	4	30
12	16 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
13	17 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
14	16 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	4	4	4	5	4	4	29
15	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
16	18 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	4	4	4	4	5	4	4	29
17	16 Tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	5	4	4	30
18	17 Tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	4	5	4	4	29

19	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	2	2	2	2	2	2	2	14
20	16 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	2	2	2	2	2	2	2	14
21	16 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	2	2	2	2	2	2	2	14
22	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	5	4	30
23	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	3	4	5	4	29
24	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	5	4	4	4	29
25	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	4	4	4	4	4	4	4	28
26	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	4	5	4	30
27	16 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	2	1	1	1	2	3	3	13
28	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	2	2	2	2	2	2	3	15
29	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	5	4	4	4	5	4	30
30	17 Tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	5	4	4	4	4	4	30
31	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	5	4	4	4	5	4	31
32	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	4	5	4	4	4	5	4	30
33	16 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	5	4	4	4	5	4	30
34	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	5	4	4	4	4	4	30
35	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	5	4	5	4	5	4	32
36	18 tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XI	4	5	4	3	4	4	4	28
37	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	5	4	4	4	4	4	30
38	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	5	4	5	4	5	4	31
39	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	4	5	4	30
40	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	4	5	4	30
41	16 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	4	4	4	29
42	16 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas X	5	4	4	4	4	4	4	29
43	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29

44	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	5	4	5	4	31
45	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	5	4	3	4	29
46	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29
47	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	5	4	5	4	31
48	17 tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	4	4	4	29
49	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	5	4	5	4	31
50	16 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29
51	16 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29
52	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	3	4	4	4	28
53	19 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	5	4	4	4	30
54	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	4	5	4	30
55	18 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	5	4	5	4	31
56	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29
57	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	3	4	4	4	28
58	16 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	4	4	3	4	28
59	17 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	2	4	4	4	27
60	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	3	4	3	4	27
61	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	4	2	4	27
62	18 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	4	4	4	29
63	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	4	4	4	29
64	17 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29
65	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	5	4	5	4	31
66	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	5	4	4	30
67	18 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29
68	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	5	5	4	31

69	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	5	5	4	31
70	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	5	4	4	30
71	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XII	5	4	4	4	5	3	4	29
72	17 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	5	5	4	31
73	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	5	5	4	31
74	17 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29
75	17 Tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	4	4	4	29
76	17 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29
77	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	4	5	4	30
78	17 tahun	Laki - Laki	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	29
79	17 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	4	5	4	30
80	17 tahun	Laki - Laki	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	4	5	4	30

Lampiran 6 Jawaban Responden Pada Variabel Y

Karakteristik Responden					Variabel Y Minat Baca										
No. Resp	Umur	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total Y
1	16 Tahun	Laki - Laki	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	45
2	17 Tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	40
3	18 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	4	5	5	5	2	4	5	2	5	41
4	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	3	4	5	5	2	4	5	4	5	41
5	16 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	43
6	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	5	4	5	5	3	4	5	4	4	44
7	17 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	4	4	5	5	3	4	2	2	4	37
8	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	42
9	16 Tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	4	3	4	5	5	3	4	4	3	5	40
10	16 Tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	42
11	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	5	5	3	4	4	4	5	43
12	16 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	44
13	17 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	2	4	4	3	4	5	3	4	38
14	16 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	41
15	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	39
16	18 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
17	16 Tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
18	17 Tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	5	3	4	4	3	4	4	3	5	40

19	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
20	16 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
21	16 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	26
22	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
23	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	41
24	17 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	42
25	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
26	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	44
27	16 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	31
28	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	30
29	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
30	17 Tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
31	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
32	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
33	16 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	41
34	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	45
35	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
36	18 tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XI	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
37	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	4	4	2	4	4	3	5	39
38	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	46
39	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	4	4	4	4	1	4	4	5	5	39
40	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	5	5	5	1	4	4	5	4	42
41	16 Tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	41
42	16 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas X	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	37
43	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	44

44	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	39
45	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	38
46	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	39
47	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	46
48	17 tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	47
50	16 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	1	5	4	4	5	40
51	16 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
52	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	42
53	19 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	4	4	1	4	4	5	4	38
54	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	5	4	4	1	4	5	4	4	39
55	18 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	5	4	4	2	5	5	5	5	44
56	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	41
57	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
58	16 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
59	17 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	4	5	4	4	1	4	4	4	5	39
60	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XI	5	4	4	4	4	1	3	3	4	4	36
61	18 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	3	4	3	4	4	1	5	4	4	4	36
62	18 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	3	4	4	4	4	1	4	4	4	5	37
63	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
64	17 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	42
65	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	3	5	5	3	5	4	5	5	43
66	17 tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	43
67	18 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	40
68	18 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	40

69	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	43
70	17 tahun	Perempuan	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	44
71	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XII	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	44
72	17 Tahun	Perempuan	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
73	17 Tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
74	17 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	42
75	17 Tahun	Laki - Laki	Tata Boga (TB)	Kelas XII	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	42
76	17 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XI	5	4	4	4	4	3	4	3	5	5	41
77	17 tahun	Perempuan	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	43
78	17 tahun	Laki - Laki	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	43
79	17 tahun	Laki - Laki	Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)	Kelas XII	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
80	17 tahun	Laki - Laki	Akomodasi Perhotelan (AP)	Kelas XI	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel X

Correlations									
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Total
X1	Pearson Correlation	1	.681**	.888**	.653**	.710**	.542**	.861**	.888**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X2	Pearson Correlation	.681**	1	.867**	.666**	.578**	.613**	.786**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X3	Pearson Correlation	.888**	.867**	1	.750**	.764**	.603**	.903**	.958**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X4	Pearson Correlation	.653**	.666**	.750**	1	.550**	.569**	.678**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X5	Pearson Correlation	.710**	.578**	.764**	.550**	1	.429**	.742**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X6	Pearson Correlation	.542**	.613**	.603**	.569**	.429**	1	.632**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X7	Pearson Correlation	.861**	.786**	.903**	.678**	.742**	.632**	1	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Total	Pearson Correlation	.888**	.860**	.958**	.820**	.796**	.745**	.923**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80

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

Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Correlations												
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,538**	,439**	,402**	,402**	,133	,534**	,449**	,426**	,135	,714**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,239	,000	,000	,000	,232	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y2	Pearson Correlation	,538**	1	,286*	,328**	,328**	,075	,469**	,405**	,323**	,084	,575**
	Sig. (2-tailed)	,000		,010	,003	,003	,511	,000	,000	,003	,461	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y3	Pearson Correlation	,439**	,286*	1	,440**	,440**	,004	,436**	,455**	,370**	,176	,623**
	Sig. (2-tailed)	,000	,010		,000	,000	,969	,000	,000	,001	,118	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y4	Pearson Correlation	,402**	,328**	,440**	1	1,000**	,186	,392**	,255*	,284**	,102	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000		,000	,099	,000	,022	,011	,368	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y5	Pearson Correlation	,402**	,328**	,440**	1,000**	1	,186	,392**	,255*	,284**	,102	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,000		,099	,000	,022	,011	,368	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y6	Pearson Correlation	,133	,075	,004	,186	,186	1	,105	,053	,146	,027	,437**
	Sig. (2-tailed)	,239	,511	,969	,099	,099		,353	,638	,196	,815	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y7	Pearson Correlation	,534**	,469**	,436**	,392**	,392**	,105	1	,577**	,526**	,319**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,353		,000	,000	,004	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y8	Pearson Correlation	,449**	,405**	,455**	,255*	,255*	,053	,577**	1	,377**	,316**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,022	,022	,638	,000		,001	,004	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y9	Pearson Correlation	,426**	,323**	,370**	,284**	,284**	,146	,526**	,377**	1	,206	,652**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,001	,011	,011	,196	,000	,001		,066	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y10	Pearson Correlation	,135	,084	,176	,102	,102	,027	,319**	,316**	,206	1	,360**
	Sig. (2-tailed)	,232	,461	,118	,368	,368	,815	,004	,004	,066		,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Total	Pearson Correlation	,714**	,575**	,623**	,687**	,687**	,437**	,738**	,650**	,652**	,360**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

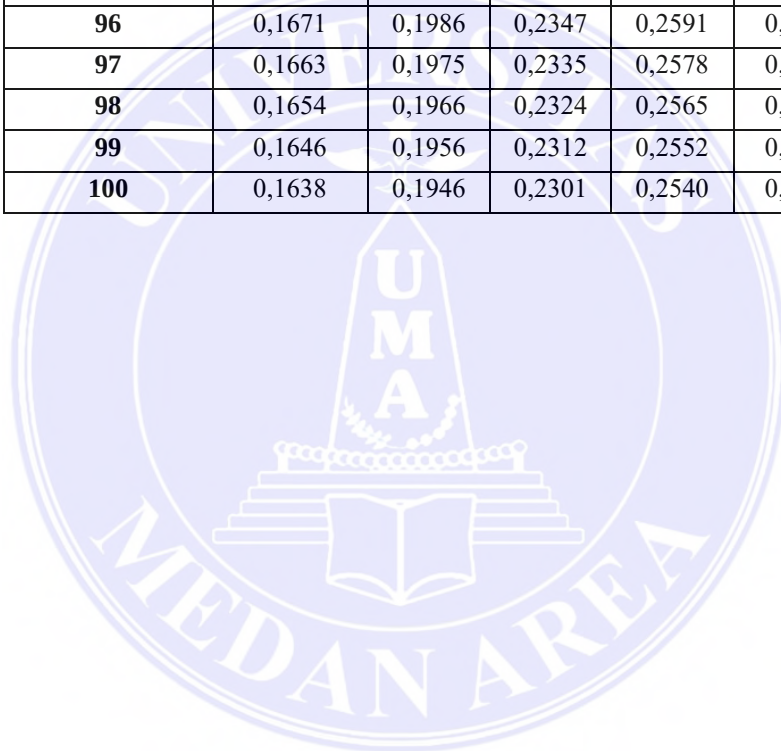
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 9 Nilai r tabel

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,3440	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322
34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,3810	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950

40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791
43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527

83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211



Lampiran 10 Nilai t tabel

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53

54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99

Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian



LOKASI: Peneliti melakukan penelitian pada Selasa, 13 Juni 2023 di SMK Telkom 2 Medan



PERKENALAN: Peneliti sedang memperkenalkan diri kepada siswa/i kelas X pada Selasa, 13 Juni 2023 di SMK Telkom 2 Medan



PENYEBARAN KUESIONER: Peneliti sedang menyebarkan kuesioner dan memantau kepada siswa/i kelas X pada Selasa, 13 Juni 2023



PENJELASAN KUESIONER: Peneliti sedang menjelaskan mengenai kuesioner penelitian kepada siswa XI pada Jum'at, 16 Juni 2023 di ruang Lab Komputer