

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa pada abad ke-21 semakin berkembang di tengah majunya teknologi ilmu pengetahuan. Kehadiran media massa dalam fungsi utama memberi informasi kepada khalayak menjadi semakin luas sejak adanya media massa konvensional cetak seperti surat kabar, majalah, dan tabloid, serta media massa elektronik seperti televisi dan radio.

Media dalam jaringan (daring) atau lebih dikenal sebagai online menjadi salah satu media massa alternatif saat ini. Media yang muncul pada awal 2000-an di Indonesia ini tergolong baru dan berkembang pesat, dalam lima tahun terakhir, pengakses internet terus melonjak seiring dengan ketersediaan infrastruktur yang makin meluas, terjangkau, dan murah. Berdasarkan data yang dihimpun *We Are Social* pada Januari 2016, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta pengguna internet aktif dan 48 persen diantaranya merupakan pengguna internet harian. Artinya, kenaikan pengguna internet mulai tahun 2015 sampai Januari 2016 bertambah 15 persen. (dilansir dari situs www.wearesocial.com)

Keunggulan media online dijadikan pilihan khalayak karena menyajikan karya tulis jurnalistik dengan kekuatan audio visual dan kecepatan informasi yang berbeda dengan media konvensional pada umumnya. Perkembangan informasi setiap saat dan dapat diakses dengan mudah dengan bantuan gawai dan data seluler menjadikan minat

membaca melalui media online semakin digandrungi oleh seluruh lapisan masyarakat. Eko Maryadi dalam Margianto dan Syaefullah (2014 : 5) mengatakan, “Masalah pokok dalam dunia jurnalisme media internet adalah kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke khalayak. Masalah kualitas dan kredibilitas ini bermula dari apa yang disucikan di media massa online sebagai kecepatan menyampaikan informasi,”.

Setiap media massa tentunya memiliki kebijakan redaksi yang berbeda-beda sesuai dengan segmentasi pasar dan kebutuhan pengguna. Hal itu tentunya berpengaruh pada penggunaan layout yang berpengaruh secara langsung dalam menarik khalayak untuk membeli atau mengakses media massa tersebut, terutama media massa online. Hal itu pula membuat penelitian akan layout sebuah media online menjadi menarik untuk dikaji secara akademis, terutama dalam mengetahui pengaruhnya terhadap minat baca.

Layout pada media online menjadi menarik untuk dikaji karena media online dapat interaktif dengan khalayak dalam pemuatan setiap informasi secara *real time* atau langsung. Berbeda dengan media konvensional lainnya yang membutuhkan jeda waktu minimal satu hari setelah terbit untuk interaksi khalayak kepada media melalui komentar/menyampaikan surat pembaca, kolom komentar yang disajikan pada rubrik tersebut menjadi keunggulan media online dari segi layout.

Selain itu, Paul Bradshaw yang dikutip oleh Romli (2012 : 13), menyebutkan lima prinsip jurnalistik online salah satunya *scanable* (dapat dipindai) atau tidak perlu terpaksa layaknya surat kabar dalam membaca informasi atau berita. Menjadikan

layout media online pun harus diciptakan lebih atraktif dalam menarik perhatian, membuat khalayak tidak mudah “pergi” saat mengakses informasi.

Sebagai media informasi dan komunikasi massa, media massa harus mempunyai layout yang memiliki karakter, yang dapat dilihat dari format, cara penyusunannya dalam kolom-kolom, cara pemakaian tipografi (huruf), warna, serta penempatan berita, foto/ilustrasi, grafis dan iklan dalam satu halaman.

Ciri-ciri itu pula yang akan membedakan segmentasi pasar suatu media massa, untuk menengah ke atas atau menengah ke bawah. Lasswell dalam Effendy mengungkapkan “Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media sehingga menimbulkan efek tertentu,” (Effendy, 2008 : 13). Menurut Tom Lincy (dalam Design Principle for Desktop Publishing), terdapat prinsip desain layout yang dimuat pada 5 buah prinsip utama dalam layout sebuah halaman cetak dan web online, yaitu Proporsi (*Proportion*), Keseimbangan (*Balance*), Kontras (*Contrast*), Irama (*Rhythm*), dan Kesatuan (*Unity*).

Namun, dalam prinsip tersebut terkadang disingkat menjadi 4 prinsip yang sebetulnya sudah mencakup kelima prinsip teori dari Tom Lincy, menurut Robin Williams (dalam The Non Designer’s Design Book) yakni, Kontras (*Contrast*), Perulangan (*Repetition*), Peletakan (*Alignment*), dan Kesatuan atau fokus (*Proximity*). (Kusrianto, 2007 : 277)

Agar menghasilkan layout yang optimal, layouter perlu mengetahui elemen-elemen dalam layout diantaranya elemen teks (pemilihan jenis, warna, dan ukuran huruf), elemen visual (foto berita) dan invisible element (margin dan kerangka kolom)

(Rustan, 2009 : 74-75). Dari ketiga elemen itulah yang menjadi pembeda suatu media massa dalam segmentasi pasar.

Dalam media online, banyak pilihan situs atau laman yang dapat dikaji melalui penelitian perihal layout suatu rubrik. Karena setiap media massa, termasuk media online memiliki berbagai karakteristik tampilan tersendiri dalam upaya menarik minat khalayak untuk mengakses suatu informasi sehari-hari.

Pada penelitian yang mengambil kajian studi layout ini, rubrik *Bike To Work* pada media online *Greeners.co* dijadikan objek penelitian. Media massa berbahasa Indonesia dan Inggris ini memiliki kekhasan pada setiap rubrik yang disajikan.

Greeners.co adalah sebuah media penyebaran informasi dan ide dalam bentuk website atau situs berita dengan pokok bahasan utama mengenai lingkungan hidup dan gaya hidup yang ramah lingkungan. Media online yang berbasis di kawasan Taman Radio Dalam Raya, Jakarta Selatan ini dapat mengaksesnya pada website www.greeners.co. Sebagai pionir media berbasis lingkungan di Indonesia, *Greeners.co* lahir pada Juli 2005 berupa majalah. Namun, seiring berjalannya waktu *Greeners* pun bermetamorfosa menjadi sebuah website, dan sesekali menerbitkan majalah dengan edisi khusus yang berkaitan dengan lingkungan hidup.

Dengan pola tampilan *website* yang menarik dan populer, diikuti dengan menciptakan program-program aktifitas langsung demi memberikan dampak nyata terhadap perubahan pola perilaku ke arah *eco-friendly lifestyle modern* yang menunjang perubahan kondisi lingkungan hidup yang lebih baik. Pertumbuhan populasi manusia secara global berdampak pada kondisi sumber daya alam yang

semakin menipis. Masyarakat dunia saat ini tengah memberikan sorotan terhadap kondisi lingkungan hidup, banyak publikasi yang telah diterbitkan dalam konteks pemanasan global dan perubahan iklim. Hal tersebut menyebabkan lingkungan hidup menjadi isu yang paling sering diperbincangkan saat ini karena dasar manusia selalu ingin mempunyai kehidupan yang lebih baik.

Oleh karena itu segala bentuk kepedulian dan gerakan ke arah pelestarian lingkungan hidup saat ini, sangatlah penting karena berkaitan erat dengan peningkatan kualitas hidup manusia. Dari 8 rubrik yang tersedia antara lain Berita, *News in English*, Gaya Hidup, Sosok & Komunitas, Ide & Inovasi, Flora Fauna, Bike To Work, dan Aksi, setiap layout pada media online *Greeners.co* memberikan karakter tersendiri, terutama pada warna, tulisan dan tata letak.

Salah satu rubrik yang dikaji dalam ranah layout adalah *Bike To Work*, berisikan profil pesepeda dari berbagai wilayah di Indonesia dengan jarak tempuh menuju dan pulang kantor menggunakan sepeda sebagai sarana transportasi utama, ditambah dengan berbagi tips menjadikan setiap artikel yang muncul menjadi menarik minat beberapa pesepeda. Dalam satu bulan, terdapat 6 profil pesepeda yang diangkat di setiap artikelnnya.

Informasi yang *segmented* pada rubrik *Bike To Work* di media online *Greeners.co* tentu menjadi salah satu sumber informasi yang diakses oleh pengguna sepeda maupun komunitas bersepeda dengan rutinitas bersepeda ke tempat kerja. Salah satunya adalah komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia (FBI). Federal Bandung Indonesia (FBI) merupakan salah satu komunitas bersepeda yang berada di

wilayah Kota Bandung. Komunitas ini mengangkat kembali nama merk sepeda buatan Indonesia yang pernah *booming* pada tahun 1990-an, Federal Cycle yang dibuat oleh PT Astra Federal Cycle Mustika. Anggota komunitas FBI menggunakan sepeda Federal untuk menunjang aktivitas dan hobi mereka bersama-sama, seperti *gathering*, berkemah, hingga *touring* antar kota.

Anggota komunitas bersepeda dipastikan membutuhkan informasi mengenai setiap kegiatan, sosok, tips serta perkembangan dalam dunia bersepeda dan *Bike To Work* di Indonesia. Apalagi sebagian besar anggota komunitas FBI adalah pekerja dari berbagai macam sektor seperti wirausaha, karyawan perusahaan, pegawai negeri sipil, dosen, mekanik hingga pensiunan. Selain mengandalkan jejaring sosial media sebagai sarana berbagi informasi, media online secara konsisten menyajikan berbagai informasi yang erat kaitannya dengan kegiatan bersepeda juga menjadi andalan para anggota komunitas FBI. Karena setiap informasi yang baik dan bertanggung jawab menjadi kabar penting yang dapat menunjang pengetahuan serta berpengaruh di setiap kehidupan khalayak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* terhadap minat baca anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diidentifikasi masalah serta diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pandangan anggota komunitas Federal Bandung Indonesia terhadap layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* ?
2. Bagaimana minat baca anggota komunitas Federal Bandung Indonesia ?
3. Bagaimana pengaruh layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* terhadap minat baca di kalangan anggota komunitas Federal Bandung Indonesia ?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah :
 - a. Untuk mengetahui bagaimana pandangan anggota komunitas Federal Bandung Indonesia terhadap layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co*
 - b. Untuk mengetahui bagaimana minat baca anggota komunitas Federal Bandung Indonesia
 - c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* terhadap minat baca di kalangan anggota komunitas Federal Bandung Indonesia

2. Sedangkan kegunaan penelitian ini meliputi dua hal, yaitu :

a. Secara teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan masyarakat maupun mahasiswa sebagai ilmu pengetahuan, terutama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik dalam hal layout atau tata letak media massa online.
- 2) Sebagai salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Jurnalistik.

b. Secara praktis

Ketertarikan terhadap kajian studi layout dan tata letak diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan pengetahuan tentang layout pada media online dan juga dapat memberikan sumbangan pemikiran yang positif bagi pengelola media online *Greeners.co* dalam meningkatkan kualitas produksi.

1.5 Tinjauan Pustaka

Berdasarkan latar belakang masalah yang dirangkum ke dalam beberapa pokok pada perumusan masalah dan tujuan serta kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis. Hal ini menjadi penting, mengingat metode penelitian yang dikaji akan menghasilkan beberapa poin penting yang berpengaruh pada kedua variabel. Persamaan dan perbedaan pada masing-masing referensi pustaka menjadi perbandingan terhadap proses yang dicapai selama penelitian terhadap pokok permasalahan tersebut berlangsung. Berikut 4 tinjauan pustaka pada referensi skripsi :

No	Nama	Tahun	Judul	Metode penelitian	Hasil penelitian	Persamaan & perbedaan
1	Lia Aprillia Ramadhani (Skripsi Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung)	2012	Pengaruh Perwajahan (Make Up) Surat Kabar Pikiran Rakyat Terhadap Minat Baca Siswa di SMA Negeri 7 Bandung	Metode korelasi (teori S-O-R {Stimulus-Organism-Response} oleh Skinner).	Pengaruh perwajahan (make up) surat kabar Pikiran Rakyat terhadap minat baca siswa cukup mempengaruhi minat baca siswa, akan tetapi derajat variabelnya rendah sebesar 23,3% minat baca siswa di SMA Negeri 7 Bandung dipengaruhi oleh perwajahan surat kabar Pikiran Rakyat sedangkan sisanya 76,8% minat baca siswa di SMA Negeri 7 Bandung dipengaruhi oleh faktor lain.	Persamaan : mengambil tema judul tentang pengaruh layout/perwajahan terhadap minat baca. Perbedaan : menggunakan metode korelasi dengan teori S-O-R
2	Akhmad Ariful Aridi (Skripsi Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung)	2011	Pengaruh Tayangan Sinetron Pesantren & Rock N Roll Terhadap Peningkatan Pengetahuan Islam Siswa MAN 2 Bandung	Metode korelasional (teori Jarum Hipodermik oleh De Hovland)	Tayangan sinetron Pesantren & Rock N Roll sebagian kecil dapat dikatakan positif. Ini dilihat berdasarkan persentasi hasil penelitian dimana minoritas atau 10% pengetahuan keislaman siswa-siswi MAN 2 Bandung dipengaruhi oleh faktor luar. Tayangan sinetron Pesantren & Rock N Roll sangat kecil mempengaruhi siswa MAN 2 Bandung dalam peningkatan pengetahuannya.	Persamaan : mengambil tema judul yang sama mengenai pengaruh media massa terhadap khalayak Perbedaan : menggunakan metode korelasional dengan teori jarum hipodermik

No	Nama	Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & perbedaan
3	Ana Marliana (Skripsi Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung)	2014	Pengaruh Daya Tarik Headline Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 15 Januari - 15 Februari Terhadap Minat Baca Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2011 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung	Metode korelasional (teori model psikodinamik DeFleur)	Responden dominan menjawab opsi setuju pada setiap pernyataan angket. Hasil rangkaian uji statistik pada data penelitian menunjukkan hipotesis penelitian ini diterima bahwa terdapat pengaruh antara daya tarik headline Harian Umum Pikiran Rakyat edisi 15 Januari-15 Februari 2014 terhadap minat baca mahasiswa jurnalistik angkatan 2011 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.	<p>Persamaan : mengambil tema judul yang sama mengenai pengaruh media massa terhadap minat baca, menggunakan metode korelasional</p> <p>Perbedaan : teori yang dibawakan menggunakan teori model psikodinamik DeFleur dan mengangkat media cetak.</p>

4	Oki Dalu Pritasari (Skripsi Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung)	2011	Pengaruh Penyusunan Layout Halaman Utama Surat Kabar Bandung Ekspres Terhadap Minat Baca Mahasiswa (Studi Korelatif Layout Surat Kabar Bandung Ekspres terhadap Mahasiswa Jurnalistik 2007 UIN Bandung)	Metode deskriptif-korelasional (teori AIDDA {Attention-Interest-Desire-Decision-Action})	Penyusunan layout dalam penelitian ini berupa penyusunan layout dalam penelitian ini berupa tampilan bentuk dan warna huruf, foto berita, ilustrasi, jumlah kolom pada surat kabar Bandung Ekspres berpengaruh positif terhadap minat baca mahasiswa Jurnalistik.	<p>Persamaan : mengambil tema judul yang sama mengenai pengaruh layout media massa terhadap minat baca dengan menggunakan metode deskriptif dan teori AIDDA.</p> <p>Perbedaan : surat kabar dan mahasiswa menjadi objek yang diteliti</p>
---	---	------	---	--	---	---



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Kerangka Teori

Pesan menjadi salah satu unsur penentu efektivitas atau tidak suatu tindakan komunikasi. Bahkan, unsur pesan menjadi unsur utama, selain komunikator dan komunikan. Tanpa adanya unsur pesan, maka tidak pernah terjadi komunikasi antar manusia. Secara sederhana, komunikasi dinilai efektif bila orang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudnya. Bila pengirim atau sumber pesan dan penerima pesan, maka komunikasi disebut mulus lengkap bila respon yang diinginkan pengirim dan respon yang diberikan penerima identik (Goyer, 1970: 10).

Penyajian pesan yang tersusun akan lebih efektif daripada penyajian pesan yang tidak tersusun. Dengan demikian pesan akan menghasilkan respons tertentu apabila dirancang dengan baik. Dalam komunikasi massa, khususnya media massa online, layout mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi proses penyampaian pesan. Media online mempunyai beban agar pesan/informasi yang mereka beri dapat diterima dengan mudah oleh pembaca merupakan salah satu tugas dari layout. Bila di spesifikasi pada media online, faktor yang mempengaruhi minat baca pastilah yang berhubungan dengan istilah kejournalistikan seperti layout atau tata letak perwajahan media online.

Layout atau tata letak merupakan faktor dalam menghasilkan penerbitan yang memiliki konsistensi terhadap oplanh minat anggota komunitas bersepeda untuk membaca dan kenyamanan bagi pembaca. Wajah pers yang kurang artistik dapat mengakibatkan ketidaktarikan pembaca, juga dapat membuat kritikan.

Seni dan jurnalistik tidak bisa dilepaskan satu sama lain, ini berarti bahwa seorang layouter tidak bisa lepas dari pengenalan huruf, gambar/foto, tampilan grafis dan lain sebagainya. Semua unsur harus dipadu secara khusus untuk dapat menghasilkan karya yang menarik agar mendapat perhatian dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang mendukung.

Penataan wajah penerbitan harus mampu menempatkan huruf untuk judul utama, huruf untuk isi, penempatan foto untuk mendukung isi sehingga nampak artistik, sehingga tidak membingungkan pembaca dalam membedakan berita.

Media massa melalui penyajian tata letak dengan pengaturan penempatan unsur komposisi seperti huruf teks (tipografi), garis-garis, bidang-bidang, gambar-gambar dan sebagainya (George Scheder, 1976: 39). Sebagaimana yang dikaji dalam penelitian ini pada rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co*, perwujudan umum dari tata letak harus sesuai dengan tampilan pada web. Gaya huruf dan ukurannya, bentuk komposisi, warna, dan ukuran harus dengan jelas ditampakkan pada sebuah tata letak.

Kata merupakan kombinasi dari huruf-huruf yang disebut tipografi. Huruf ini ditempatkan bersama dengan sedemikian untuk menjadi kalimat melalui kelompok baris yang diucapkan dengan cara dituliskan. Ejaan yang benar sebuah kata dikenal seperti halnya dengan bentuk huruf. Maka huruf-huruf harus dipelajari tentang kekhasan visualnya masing-masing dan diatur dengan jarak dengan kekontrasan ukuran teks yang benar satu sama lain.

Garis-garis adalah unsur yang penting, karena kekuatan rupanya, maka garis itu harus dipakai dengan hati-hati karena garis tersebut membagi sebuah teks, mengelompokkan, dan menghubungkan kelompok-kelompok teks. Pedoman utama dalam mencampurkan jenis-jenis huruf dalam teks adalah jangan mencampur lebih daripada dua jenis huruf yang berlainan, layout yang benar adalah apabila hanya satu jenis yang dipakai.

Unsur desain yang paling banyak dipakai dalam tata letak adalah gambar, dalam hal ini karya fotografi, lukisan atau gambar-gambar garis dapat mengungkapkan sesuatu hal dengan lebih cepat dan sering kali lebih dapat “berbicara” daripada teks. Kebanyakan gambar dapat dalam bentuk persegi panjang atau kotak yang berorientasi horizontal ataupun vertikal yang disesuaikan dengan ukuran satu kolom.

Warna sebagai pelengkap untuk suatu bentuk yang berarti menambah kekuatan daya tarik visual, juga dapat memiliki kegunaan fungsional sebagai sarana mengatur susunan sebuah teks (George Scheder, 1976: 39-62). Warna sangat berpengaruh dalam sebuah desain layout. Masing-masing warna memiliki karakter tersendiri dan mencerminkan suasana tertentu. Skema warna (kombinasi warna) dalam desain harus bisa mewakili karakter yang di inginkan. Perlu di ingat pula, kombinasi warna yang berlebihan akan mengalihkan pengunjung dari konten website. Sehingga warna sangat berpengaruh terhadap suatu layout media online.

Proporsi yang dimaksud adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya. Dalam dunia tata layout, dikenal ukuran kertas atau bidang kerja yang paling populer, yaitu yang dikenal dengan ukuran letter, 8.5" x 11". Proporsi itu memiliki sejarah panjang, lebih dari 15 abad yang lalu. Awalnya adalah ketika ditemukannya lembaran-lembaran Vellum (naskah yang ditulis pada kulit domba) yang dilipat-lipat dengan ukuran letter tersebut, kemudian dijahit sambung menyambung membentuk sebuah codex atau awal sebuah halaman (Kusrianto, 2007: 277-278).

Prinsip keseimbangan merupakan suatu pengaturan agar penempatan elemen dalam suatu halaman memiliki efek seimbang. Terdapat dua macam keseimbangan, yaitu keseimbangan formal atau simetris dan keseimbangan informal atau tidak simetris (Kusrianto, 2007: 279).

Jika suatu layout desain menampilkan elemen-elemen yang sama kuatnya, maka akhirnya tidak ada satu pun materi di halaman itu yang menonjol. Oleh karena itu, diperlukan suatu kontras sehingga akan diperoleh fokus yang ingin ditonjolkan (Kusrianto, 2007: 281). Irama alias *rhythm* sebenarnya bermakna sama dengan *repetition* alias pola perulangan yang menimbulkan irama yang enak diikuti. Penggunaan pola warna maupun motif yang diulang dengan irama tertentu merupakan salah satu prinsip penyusunan layout (Kusrianto, 2007: 282).

Prinsip kesatuan atau *unity* (pakar lain menyebut *Proximity* = kedekatan) adalah hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri sendiri-sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan, misalnya mendekatkan elemen-elemen sehingga berdampingan (*side by side*) atau bersinggungan (*in contact each other*). Selain itu, dapat ditambahkan warna atau alat-alat bantu seperti garis border atau ornamen (Kusrianto, 2007: 285).

Minat erat kaitannya dengan kepribadian, adanya harapan menyenangkan serta adanya manfaat atas sesuatu yang diminati. Minat seseorang terhadap sesuatu sangat dipengaruhi adanya rangsangan dari dalam dirinya maupun dari luar.

Menurut Liliawati dalam Sandjaja (2005) mengartikan minat baca sebagai suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap kegiatan membaca sehingga dapat mengarahkan seseorang untuk membaca dengan keinginnya sendiri. Selanjutnya menurut Ginting dalam Sandjaja (2005) menjelaskan bahwa minat baca adalah bentuk-bentuk perilaku yang terarah guna melakukan kegiatan membaca sebagai tingkat kesenangan yang kuat dalam melakukan kegiatan membaca karena menyenangkan dan memberi nilai. Kemudian menurut Sinambela dalam Sandjaja (2005) menjelaskan bahwa minat baca sebagai sikap positif dan adanya rasa keterkaitan dalam diri terhadap aktivitas membaca dan tertarik terhadap buku bacaan (dalam kajian ini adalah konten artikel atau berita).

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat baca adalah suatu sikap mencintai kegiatan membaca karya tulis karena membaca dianggap menyenangkan dan memberi nilai. Tentu saja kegiatan membaca ini dilakukan secara berkelanjutan atau kontinu, sehingga terbentuk suatu kebiasaan membaca sebagai suatu proses pembelajaran sepanjang hayat.

Dari beberapa unsur yang telah disebutkan, Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* terhadap minat baca anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia. Konsep pertama dari penelitian ini adalah layout. Media online memiliki jenis layout yang beragam. Terdapat layout media online yang bersifat santai dan serius. Dari kedua ragam serius dan santai tersebut minat pembaca juga dapat diukur melalui golongan atau derajat seseorang. Contohnya bagi sebagian orang yang memiliki banyak materi serta didukung pendidikan yang tinggi maka orang tersebut akan memilih media online yang bersifat serius. Begitu pula sebaliknya, masyarakat dari golongan menengah ke bawah lebih memilih media online yang santai untuk menyegarkan otak.

Proses terbentuknya minat, ada tahap-tahap yang perlu diperhatikan pada diri manusia. Menurut Buchori dalam bukunya Psikologi Komunikasi, menyebutkan minat terbentuk dari tiga tahap, yaitu :

1. Perhatian, terjadi bila dikonsentrasikan pada salah satu alat indera dan mengesampingkan perhatian melalui alat indera lain.
2. Keinginan, merupakan salah satu daya dorong positif yang muncul dari dalam diri seseorang. Daya ini mendorong anggota komunitas bersepeda untuk bergerak mendekati objek atau kondisi tertentu yang diinginkan.
3. Penerimaan dan kesan yang bermanfaat, pesan yang disampaikan harus dirumuskan secara jelas, menggunakan lambang-lambang yang dapat dimengerti bersama oleh komunikator dan minat serta memberikan pemecahan terhadap masalah yang dikomunikasikan (Buchori, 1990:36).

Faktor yang mempengaruhi minat baca menurut Crow dan Crow (dalam Shaleh dan Wahab, 2004: 264-265) yaitu (1) dorongan dari dalam individu, (2) motif sosial, dan (3) emosional. Dorongan dari dalam individu diwujudkan dengan keinginan anggota komunitas

bersepeda untuk dapat memanfaatkan layout rubrik *Bike To Work* sehingga membangkitkan keinginan mereka untuk membaca artikel dan informasi atau minat baca. Motif sosial diwujudkan dengan aktivitas pemanfaatan dan kondisi sarana yang mendukung untuk mengakses *Greeners.co*. Emosional diwujudkan dengan perasaan anggota komunitas bersepeda ketika membaca.

Crow dan Crow (dalam Shaleh dan Wahab, 2004: 264-265) menyebutkan indikator minat baca meliputi (1) perasaan senang, (2) pemusatan perhatian, (3) penggunaan waktu, (4) motivasi untuk membaca, (5) emosi dalam membaca, dan (6) usaha untuk membaca.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan minat baca adalah kecenderungan sikap yang ditunjukkan dengan melakukan aktivitas membaca dilakukan dengan perasaan senang dan dianggap penting dan berguna.



Gambar 1.1 Faktor yang mempengaruhi minat baca menurut Crow dan Crow (dalam Shaleh dan Wahab, 2004)

Teori AIDDA (Attention-Interest-Desire-Decision-Action) dalam kaitannya dengan penyajian layout media online adalah untuk menerapkan isi dari teori layout itu sendiri terhadap minat anggota komunitas bersepeda untuk melihat respon dalam membaca rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co*. Komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*). Dalam hubungan ini komunikasi (layout rubrik) harus menimbulkan daya tarik. Letak daya tarik pada rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* adalah melalui tata letak/layout rubrik.

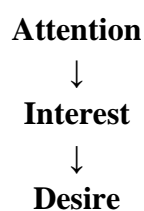
Onong Uchjana Effendy (2000: 304) menyebutkan bahwa para ahli komunikasi cenderung untuk sama-sama berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik mempergunakan pendekatan from *Attention to Action Procedure* atau AIDDA.

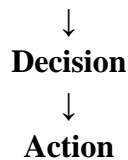
Teori AIDDA disebut *A-A Procedure* atau *Attention to Action Procedure* merupakan akronim dari *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Hasrat/Keinginan), *Decision* (Keputusan), dan *Action* (Tindakan). (Effendy, 2005: 104). Teori keputusan dalam model AIDDA dijelaskan dalam empat tahap:

1. Tahap Menaruh Perhatian (*Attention*) adalah tahapan dimana kita harus bisa membuat para khalayak sadar akan keberadaan media tersebut. Baik promosi menggunakan acara, seminar dan lokakarya, *mouth to mouth communication*, atau jaringan personal lainnya.
2. Tahap Ketertarikan (*Interest*), setelah berhasil meraih perhatian khalayak, harus dilakukan *follow up* yang baik. Yaitu tahapan lebih dalam memberikan informasi, membujuk dan mampu memberikan alasan kenapa khalayak harus membeli, berlangganan, atau mengakses media tersebut.
3. Tahap Berhasrat/Berniat (*Desire*) adalah tahapan memberikan penawaran yang tidak dapat ditolak khalayak, dimana agar timbul keinginan dan hasrat untuk membeli, berlangganan, atau mengakses media tersebut.
4. Tahap Memutuskan (*Action*), tahapan dimana khalayak agar mengambil tindakan untuk mulai membeli, berlangganan, atau mengakses media tersebut.

Gambar 1.2

Model pada Teori AIDDA (*A-A Procedure*)





(Sumber : Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, 2005 : 104)

Proses pertahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*) sebagai awal suksesnya komunikasi.

Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Tindak lanjut apabila perhatian telah berhasil dibangkitkan maka muncul upaya untuk menumbuhkan minat (*interest*), dimana pada tahap ini media memberikan kesempatan kepada pembaca untuk memasukkan kepentingan pembaca dalam judul artikel atau rubrik yang menyangkut kepentingan anggota komunitas bersepeda.

Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator, rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* melalui pemilihan judul artikel, warna serta foto dalam penyajian rubrik memanjakan mata pembaca. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana yang diharapkan komunikator terhadap pembaca untuk mengakses media online *Greeners.co*. (Effendy, 2000: 305)

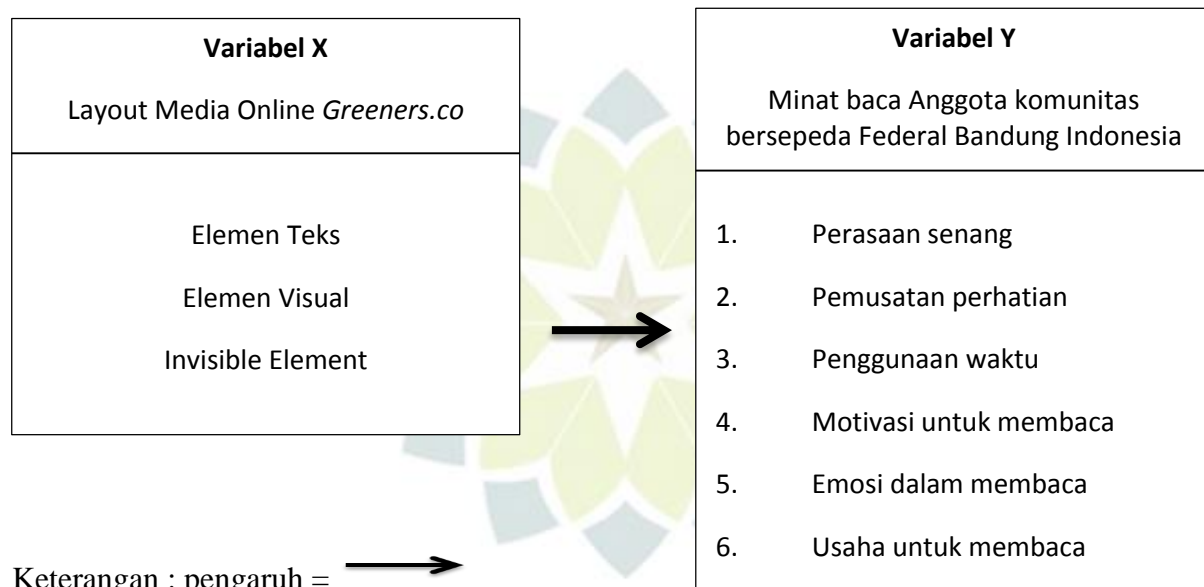
1.6.2 Kerangka Penelitian

Pada kerangka penelitian ini, Teori AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) dijadikan sebagai teori utama untuk mengetahui pengaruh layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* terhadap minat baca anggota komunitas bersepeda Federal Bandung

Indonesia. Dalam layout tersebut, elemen teks, visual dan invisible element dijadikan titik informasi untuk mendapatkan respon terhadap perhatian, keinginan, dan penerimaan akan minat baca pada anggota komunitas bersepeda.

Dari uraian tersebut, maka kerangka penelitian yang dibuat sebagai berikut:

Gambar 1.3 - Kerangka Penelitian



1.6.3 Kerangka Operasional

Pada kerangka operasional, terdapat dua variabel yang terkaji dalam penelitian studi korelasional. Layout sebagai variabel X yang terdiri dari 3 dimensi utama dan minat baca sebagai variabel Y yang terdiri dari 6 dimensi. Dari uraian tersebut, maka kerangka operasional dibuat seperti berikut:

Tabel 1.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator

Variabel X – Layout	Elemen teks	Tipografi
		<i>Headline/Lead</i>
		<i>Caption foto</i>
	Elemen visual	Foto berita
		Iklan
	Invisible element	Margin
Kolom		
Variabel Y – Minat Baca	Perasaan senang	<ul style="list-style-type: none"> a. Melihat tampilan rubrik di <i>Greeners.co</i> b. Menarik untuk dilihat dalam jangka waktu tertentu
	Pemusatan perhatian	<ul style="list-style-type: none"> a. Tanggapan terhadap tampilan rubrik di <i>Greeners.co</i> b. Konten yang disajikan dalam layout rubrik
	Penggunaan waktu	<ul style="list-style-type: none"> a. Keinginan untuk membacadi <i>Greeners.co</i> b. Mencari informasi tentang <i>Bike To Work</i> rubrik di <i>Greeners.co</i>
	Motivasi untuk membaca	<ul style="list-style-type: none"> a. Ketertarikan yang sama terhadap hobi bersepeda b. Ketertarikan yang sama dalam mencari informasi seputar sepeda dan aktivitas <i>Bike To Work</i>
	Emosi dalam membaca	<ul style="list-style-type: none"> a. Memilih media <i>Greeners.co</i> sebagai sarana informasi utama b. Menyukai tampilan rubrik di <i>Greeners.co</i>
	Usaha untuk membaca	<ul style="list-style-type: none"> a. Penyesuaian informasi mengenai <i>Bike To Work</i> b. Memberikan informasi yang bermanfaat untuk anggota komunitas bersepeda

1.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara waktu yang memerlukan pengujian secara empiris. Pada penelitian ini, hipotesis umum yang diajukan adalah sebagai berikut: “ada pengaruh layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* dalam menarik minat baca”.

Dengan detail hipotesis penelitian :

H_0 : Tidak ada pengaruh layout terhadap minat baca anggota komunitas bersepeda

H_1 : Ada pengaruh layout terhadap minat baca anggota komunitas bersepeda

1.8 Langkah-langkah Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukungnya, seperti kata-kata atau kalimat yang tersusun dalam angket, kalimat hasil konsultasi atau wawancara kepada responden.

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kualitatif yang diangkakan misalnya terdapat dalam skala pengukuran. Suatu pernyataan/pertanyaan yang memerlukan alternatif jawaban, di mana masing-masing: sangat setuju dengan angka 4, setuju 3, kurang setuju 2, dan tidak setuju 1 (Sugiyono, 2010: 7).

Dengan hal tersebut, langkah-langkah penelitian yang akan ditempuh sebagai berikut :

1.8.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di markas besar Federal Bandung Indonesia yang berada di Jl. Moh Toha No. 390, Kota Bandung, *Basecamp* Federal Bandung Indonesia yang berada di Jl. Merdeka (halaman Bank Danamon KCP Bandung) dan Media Online *Greeners.co* di Jl. Taman Radio Dalam Raya 1 No.15 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

1.8.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif korelasional mengenai pengaruh layout rubrik terhadap minat baca. Penelitian ini berlokasi di Markas besar dan *basecamp* Federal Bandung Indonesia.

Menurut Rakhmat (2007) dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Komunikasi” dijelaskan bahwa metode penelitian korelasional yaitu suatu metode yang digunakan untuk meneliti hubungan diantara berbagai variabel serta untuk meramalkan variabel tidak bebas dari pengetahuan tentang variabel bebas. Metode korelasional ini bertujuan meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Metode korelasional merupakan kelanjutan dari metode deskriptif, dimana dalam metode deskriptif data dihimpun, disusun secara sistematis, faktual dan cermat.

Penulisan korelasi juga bertujuan untuk membandingkan hasil pengukuran antara dua variabel yang berbeda sehingga dapat di tentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel. Dari definisi tersebut, maka jenis penulisan dalam penulisan ini adalah korelasional, sebab penulisan dirancang untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh variabel X (layout rubrik) terhadap variabel Y (minat baca) yang ditunjukkan oleh angka mengingat penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif.

1.8.3 Jenis Data

Penelitian ini terdiri dari data kuantitatif, yaitu data yang dipadukan dalam penelitian ini adalah data tentang pandangan layout rubrik *Bike To Work* dengan minat baca di anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia.

Data yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data tentang pandangan anggota komunitas Federal Bandung Indonesia terhadap layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co*
- b. Data tentang minat baca anggota komunitas Federal Bandung Indonesia.

1.8.4 Sumber Data

Untuk mendapat data dalam penelitian ini, didapatkan dari sumber data para anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia. sedangkan buku-buku, makalah, dan dokumen yang menyampaikan data sebagai sumber sekunder.

1.8.5 Populasi dan Sampel

Salah satu langkah penting dalam penelitian adalah populasi dan sampel. Populasi adalah semua nilai baik perhitungan maupun pengukuran, baik kualitatif maupun kuantitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas (Setiady dan Usman, 2009:181).

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil sebagai responden adalah anggota komunitas bersepeda. Sedangkan dalam penarikan sampel, responden dibatasi hanya anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia. Jumlah populasi pada anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia secara resmi beranggotakan 73 orang, karena ini bersifat terbuka menjadikan setiap anggota Federal Bandung Indonesia tidak memiliki kartu anggota resmi.

Dilihat dari jumlahnya, populasi tersebut digolongkan pada populasi yang jumlahnya terhingga atau terbatas, yakni populasi yang memiliki sumber-sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif. (Taniredja dan Mustafidah, 2012 : 33).

Pengambilan sampel dengan *random sampling*.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan melalui 2 cara, yakni penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian kepustakaan (*library research*) merupakan cara untuk mendapatkan data sekunder yaitu literatur-literatur yang ilmiah, berbagai buku yang berhubungan dengan hal yang akan dibahas.

Selain itu, penelitian lapangan (*field research*) merupakan cara untuk memperoleh data primer yang dilaksanakan dengan mengadakan penelitian langsung ke lapangan. Hal ini biasa disebut dengan area sampel. Dalam penulisan ini, penetapan area sampel dilakukan pada anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas :

1. Angket

Pengumpulan data ini dengan menyebarkan angket untuk penelitian tersebut yang berjumlah 73 eksemplar. Untuk memperoleh data dari responden, maka diperlukan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap yang menjadi dasar kepribadian suatu populasi dengan menggunakan skala ordinal.

2. Wawancara

Teknik ini menggunakan pengumpulan data dengan wawancara terbuka dan diskusi panel ataupun dengan mengadakan tanya jawab secara langsung yang ada kaitannya dengan penelitian. Wawancara ini juga dilakukan kepada :

1. Pemimpin redaksi media online *Greeners.co*

2. Perancang desain grafis media online *Greeners.co*

3. Observasi

Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data secara praktis serta dapat diamati, meliputi kondisi objektif lokasi penelitian dan adanya bentuk layout dalam rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co*. Menurut Sutrisno Hadi dikutip oleh Sugiyono dalam bukunya *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses psikologis dan biologis. Pada penelitian ini, metode observasi nonpartisipan digunakan untuk mengadakan pengamatan

mengenai pola penyusunan layout yang dilakukan redaksi *Greeners.co*, saat pelaksanaan kegiatan tidak harus ada di lokasi penelitian.

4. Dokumentasi

Dokumentasi disini digunakan sebagai bukti nyata seperti foto, *capture* tampilan layout atau kumpulan data yang dapat dijadikan suatu bahan dasar penelitian.

1.8.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

Variasi jenis instrumen penelitian adalah angket, daftar centang, atau pedoman wawancara, pedoman pengamatan. (Arikunto, 2010:160)

- a. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup dalam bentuk skala sikap dari Likert, berupa pertanyaan atau pernyataan yang jawabannya berbentuk skala deskriptif. Kuesioner tertutup untuk mengungkap data tentang variabel terikat yaitu layout rubrik media online dan minat baca anggota komunitas bersepeda. Pada bagian ini yang diungkap elemen teks layout media online, elemen visual layout media online, *invisible element* layout media online serta minat baca anggota komunitas bersepeda terhadap rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co*. Pada penelitian ini kuesioner akan disebar sebanyak 73 buah kepada anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia. Alternatif jawaban menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, misalnya sangat setuju

(SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Skor untuk jawaban dari pertanyaan/pernyataan positif adalah SS=5, S=4, N=3, TS=2, dan STS=1, skor sebaliknya untuk pertanyaan/pernyataan negatif.

Tabel 1.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Nomor Butir
Layout	Jenis warna dan huruf Judul Caption Foto berita Iklan Margin Kolom	1-15
Minat baca	Perasaan senang Pemusatan perhatian Penggunaan waktu Motivasi untuk membaca Emosi dalam membaca Usaha untuk membaca	16-30

1.8.8 Teknis Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data lebih lanjut, kuesioner sebagai alat uji penelitian, harus di cek terlebih dahulu kevalidan dan reliabilitasnya melalui validitas reliabilitas kuesioner, apakah kuesioner yang telah dibuat layak untuk menjawab tujuan penelitian.

a. Validitas Kuesioner

Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut makin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Jadi validitas menunjukan kepada ketepatan dan kecermatan test dalam menjalankan fungsi pengukurannya.

Untuk menentukan kevalidan dari item kuesioner berskala pengukuran ordinal, maka digunakan metode korelasi *product moment*. Notoatmodjo (2002) dalam Pritasari (2011 : 20), metode ini mempunyai cara dengan mengkorelasikan skor total yang dihasilkan oleh masing-masing responden dengan skor masing-masing item dengan rumus :

$$R = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

X = Skor item

Y = Skor total

Jika nilai koefisien korelasinya yang lebih besar dari 0,3 maka item-item pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid.

b. Reliabilitas Kuesioner

Reliabilitas merupakan tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki tingkat reabilitas tinggi yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil yang terpercaya (*reliable*). Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas.

Untuk menguji reliabilitas berskala pengukuran ordinal, digunakan koefisien reliabilitas Alpha Cronbach, Azwar (2001) dalam Pritasari (2011 : 19) menggunakan rumus seperti berikut :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

Keterangan :

K : jumlah instrumen pertanyaan

$\sum S_i^2$: jumlah varian dari setiap instrumen

S_x^2 : varian dari keseluruhan instrumen

Setelah didapatkan nilai reliabilitas Alpha Cronbach, lalu nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r kritis yang diambil besarnya 0,70. Jika nilai reliabilitas lebih dari 0,70 atau mendekati nilai 1,00, maka tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran semakin tinggi.

c. Untuk Menjawab Identifikasi Masalah

Untuk menjawab identifikasi masalah pada penelitian ini yang melibatkan variabel X yakni pengaruh layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co*, dan variabel Y yakni minat baca dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada responden (anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia).

Langkah pertama dalam menjawab identifikasi masalah ini adalah dengan membuat analisis perindikator. Langkah analisis perindikator sebagai berikut:

- Buat tabel dengan kolom (nomor urut, alternatif jawaban, frekuensi yang diobservasi dan persentase).
- Mencari yang diobservasi (F) dengan menjumlahkan poin dari setiap alternatif jawaban
- Menghitung persentase jawaban responden dalam bentuk tabel tunggal melalui distribusi frekuensi dan persentase. Banyaknya responden yang masuk ke kategori ke-i, serta mencari persentasenya, Sudiono (1999) dalam Pritasari (2011:18) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Persentase

f : frekuensi data

N : jumlah sampel yang diolah

- Melakukan analisis dan penafsiran berdasarkan pada data yang ada dengan berpedoman pada standar Supandi (1994) dalam Pritasari (2011 : 20), yakni:

100% = seluruhnya

99% - 90% = hampir seluruhnya

89% - 60% = sebagian besar

59% - 50% = lebih dari setengahnya

50% = setengahnya

49% - 40% = hampir setengahnya

39% - 10% = sebagian kecil

9% - 0,1% = sedikit kecil

0% = tidak ada sama sekali

Kemudian untuk mengetahui terletak pada daerah mana (kontinum) jawaban responden dan nilai skor terhadap variabel X dan Y tersebut, maka dilakukan penjumlahan sebagai berikut:

Nilai indeks minimum = skor minimum x Σ pertanyaan x Σ responden

Nilai indeks maksimum = skor maksimum x Σ pertanyaan x Σ responden

Interval = nilai indeks maksimum - nilai indeks minimum

Jarak interval = interval - jenjang

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:

STS ----- TS ----- N ----- S ----- SS

Selanjutnya, untuk menghitung bagaimana pengaruh layout rubrik Bike To Work media online Greeners.co terhadap minat baca anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia akan diuraikan melalui perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan analisis koefisien korelasi *Product Moment Pearson (r)*.

Kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi sederhana. Koefisien determinasi dan uji hipotesis.

d. Uji Normalitas Data

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan statistik parametrik karena data yang akan diuji berbentuk interval, maka setiap data pada setiap variabel harus diuji terlebih dahulu normalitasnya. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Pengujian normalitas akan diukur dengan bantuan software *SPSS Versi 20* dengan menggunakan asumsi uji normalitas *Lilliefors (Kolmogorov-Smirnov)* yang terdapat dalam menu *explore*. Adapun bentuk hipotesis untuk uji normalitas adalah:

H_0 : data berasal dari populasi yang terdistribusi normal

H_1 : data tidak berasal dari populasi yang terdistribusi normal

Dalam pengujian hipotesis, kriteria untuk menolak atau tidak menolak H_0 berdasarkan P-value atau Signifikan (yang disingkat Sig.) adalah jika $P\text{-value} < \alpha$ maka H_0 ditolak, jika $P\text{-value} > \alpha$ maka H_0 tidak dapat ditolak (Uyanto, 2009: 39-40).

e. Analisis Korelasional Produk Moment Pearson (Pearson product coefficient correlation)

Karl Pearson berdasarkan teori Sir Francis Galton mengembangkan indeks untuk mengukur hubungan di antara variabel. Indeks tersebut dikenal dengan istilah *Pearson product coefficient correlation (r)* (Rakhmat, 2012:27). Bila kita mempunyai dua buah variabel yang masing-masing berskala ordinal, kita dapat menghitung koefisien korelasinya dengan *Pearson Product Moment Correlation*. Perhitungannya dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

X = variabel bebas

n = banyaknya data

Y = variabel terikat (Rakhmat, 2012:148).

Pengujian korelasi dalam analisis data menggunakan program *SPSS Versi 20*. Kemudian untuk menentukan kuat atau lemahnya koefisien korelasi maka dapat mengikuti batasan-batasan sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Tabel 1.3

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat

0,800 – 1,000	Sangat kuat
---------------	-------------

Sumber: Sugiyono, 2011:184

f. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi nilai suatu variabel dependen Y berdasarkan nilai variabel independen X. Analisis regresi juga dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen Y. Variabel independen X sering disebut sebagai *variable predictor*, dan variabel dependen Y sering disebut *variable response* (Uyanto, 2009:233). Persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana:

\hat{Y} = nilai yang diprediksikan

A = konstanta atau bila harga X = 0 (harga konstan).

Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel

B = dependen yang didasarkan pada independen.

Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan

X = nilai variabel independen

Harga a dan b dapat dicari dengan rumus berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Untuk memudahkan analisis, maka perhitungan koefisien regresi akan dilakukan dengan menggunakan program *SPSS Versi 20*.

g. Koefisien Determinasi

Untuk memudahkan dalam mencari besarnya kontribusi variabel pengaruh layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* (X) terhadap variabel minat baca anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia (Y) maka dilakukan analisis Koefisien Determinasi (*R Square*) dengan nilai 0 sampai 1. Selain itu koefisien determinasi merupakan teknik statistik untuk mencari pengaruh varians variabel (Sugiyono, 2009:154).

Koefisien Determinasi akan dicari dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan: KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Kointeraksi

h. Uji Hipotesis

Untuk menguji tingkat atau pengaruh layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* terhadap minat baca anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia menggunakan uji dua pihak. Pengujian hipotesis digunakan untuk membuat generalisasi hasil penelitian dari sampel kepada populasi. Statistik uji yang digunakan adalah statistik uji hitung dengan rumus:

$$\text{Uji } t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dengan kriteria pengambilan keputusannya adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara layout rubrik *Bike To Work* media online *Greeners.co* terhadap minat baca anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia.

H_1 : Ada pengaruh antara layout rubrik Bike To Work media online Greeners.co terhadap minat baca anggota komunitas bersepeda Federal Bandung Indonesia.

Hipotesis (H_0) ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk mengetahui nilai t_{tabel} maka dilihat berdasarkan taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$) dan derajat kebebasan (dk) = $n-2$. Adapun untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan ketentuan sebagai berikut:

$t_{hitung} > t_{tabel}$: maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

$t_{hitung} < t_{tabel}$: maka H_0 tidak ditolak dan H_1 ditolak.

1.8.9 Menarik Kesimpulan

Menurut Suharsimi (2010:385) menarik kesimpulan penelitian selalu harus mendasarkan diri atas semua data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian. Dengan kata lain, penarikan kesimpulan harus didasarkan atas data, bukan atas angan-angan atau keinginan semata.

Atas dasar pendapat tersebut, dalam menarik kesimpulan dilakukan atas pengamatan dan hasil yang diperoleh secara nyata atau tanpa dibuat-buat. Sehingga penelitian pengaruh layout media online terhadap minat baca tersebut dapat dipertanggung jawabkan dengan baik, hal tersebut sesuai dengan kode etik yang harus ditaati oleh setiap peneliti terhadap masing-masing kajiannya. Salah besar apabila pada kajian studi mengenai layout media online ini dibuat kesimpulan yang bertujuan menyenangkan hati pemesan, dengan cara memanipulasi data atau cara lainnya secara tidak bertanggung jawab.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG