

**PENGARUH LINE WEBTOON TERHADAP MINAT BACA PADA KALANGAN  
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**OLEH :  
HELEN ANGELICA B  
E021181308**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**2024**

**PENGARUH LINE WEBTOON TERHADAP MINAT BACA PADA KALANGAN  
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**OLEH :  
HELEN ANGELICA B  
E021181308**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Departemen  
Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Line Webtoon Terhadap Minat Baca Pada Kalangan  
Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Politik  
Nama Mahasiswa : Helen Angelica B  
Nomor Pokok : E021181208

Makassar, 27 Desember 2023

Menyetujui

Pembimbing I

  
Prof. Dr. Muh. Asbar, M.Si.

NIP. 196506271991031004

Pembimbing II

  
Dr. Sudirman Karnay, M.Si.

NIP. 196410021990021001

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helen Angelica B

Nomor Pokok : E021181308

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul :

**Pengaruh LINE Webtoon Terhadap Minat Baca Pada Kalangan Mahasiswa  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Univeritas  
Hasanuddin**

Adalah karya tulisan sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain, sayasendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut.

Bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya.

Makassar, 11 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Helen Angelica B

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panajatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan Rahma-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan program studi S-1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik dengan judul : **“Pengaruh LINE Webtoon Terhadap Minat Baca Pada Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Univeritas Hasanuddin”**.

Selama dalam penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak baik dalam bentuk sumbagan pikiran, tenaga, motivasi, semangat dan waktu yang tidaka terukur dalam menyusun skripsi ini. Banyak pelajaran berharga yang dapat menjadi sumber inspirasi bagi penulis selama melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini. Keluh kesah, rasa lelah, ketakutan dan kekhawatiran menghadapi hal-hal yang belum pernah dilewati membuat membuat penulis belajar mengenai arti dari perjuangan dan penulis yakin setiap usaha yang dilakukan dengan keikhlasan hati tanpa paksaan tapi karena ada dorongan dari hati yang paling dalam pasti tidak akan sia-sia.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar- besarnya terhadap beberapa pihak yang ikut dalam membantu penulis menyunskripsi ini:

1. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Yulianus Buya dan Ibu Risma Simbolon serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan perhatian, kasih sayang, doa, dan segala bentuk dukungan, baik dukungan moral dan materi sehingga penulis bisa sampai di titik ini, sampai penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Terima kasih juga kepada seluruh keluarga besar penulis yang tidak cukup penulis sebutkan satu per satu.

2. Bapak Prof. Dr. H. Muh. Akbar, M.Si selaku pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan tambahan ilmu yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si., selaku pembimbing 2 dan Ketua Departemen Ilmu Komunikasi , yang selalu bersedia meluangkan waktunya, menasehati dan memberikan masukan tentang skripsi sekaligus sebagai Penasehat Akademi yang selalu memberikan masukan dari semester awal hingga semester akhir.
3. Ibu Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si., dan Bapak Nosakros Arya, S.Sos selaku tim penguji. Terima kasih atas waktu, ilmu, dan masukan yang telah diberikan pada penulis.
4. Teman – teman Kosmik yang telah memberikan banyak kesempatan, ilmu yang penulis butuhkan, amanah, pengalaman serta wadah yang disediakan selama masa studi ini.
5. Kepada Izza, Winda, Ate dan Ani yang telah menjadi saksi bagaimana perjalanan telah dan akan terus dibangun kedepannya. Kehidupan kampus dijalani akan terasa berbeda tanpa celaan, candaan dan pengalaman kalian.
6. Teman-teman angkatan penulis yaitu Altocomulus yang telah saling membantu, berbagi pengalaman dan pengetahuan di berbagai kesempatan, semoga kalian sehat selalu.
7. Teman se-kost Adiyah dan Intan Ermita, atas segala bantuan dan waktunya selama tinggal dan kost di makassar. Semoga kalian senantiasa selalu diberikan petunjuk dan kesehatan.
8. Sahabat-sahabat penulis sejak duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama (SMP), Inka Lule, Evita Pratiwi, dan Ita Yuliani. Terima kasih selalu ada dalam suka dan duka

penulis, telah mendukung, membantu, serta menghibur penulis sehingga penulis dapat menjalani hari-hari dengan lebih mudah dan menyenangkan.

9. Kepada orang-orang baik, Titanianela, Dea Christa, Fitriasyam, Putri, Dila, Sustiara, Uci, Sri, Soffie, Vita, Nissa, Alwan, Fatur, Appi, Kiki, Uci dan masih banyak lagi yang tidak mampu untuk penulis sebutkan satu per satu.
10. Kepada Sahabat saya Ashari yang telah menemani saya sejak masa SMA, awal perkuliahan sampai akhir masa perkuliahan saya dan membantu saya dalam mengerjakan skripsi penulis serta memberikan semangat sampai terselesaikannya skripsi ini.
11. Last but not least, terima kasih untuk diri penulis sendiri yang telah kuat bertahan hingga saat ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari segudang kelemahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi sederhana ini, untuk itu penulis selalu membuka diri dan menerima koreksi, kritik dan saran sebagai upaya penyempurnaan. Terlepas dari kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya, Aamiin.

Makassar, 2 Januari 2024

Penulis

## **ABSTRAK**

**Helen Angelica B. Pengaruh LINE Webtoon Terhadap Minat Baca Pada Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Univeritas Hasanuddin (Dibimbing oleh Muh. Akbar dan Sudirman Karnay)**

Tujuan penelitian ini ialah : (1) Untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruh minat baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin terhadap LINE Webtoon (2) Untuk mendeskripsikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin terhadap LINE Webtoon.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif Deskriptif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui Kuesioner dan studi Pustaka. Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin angkatan 2018-2021. Sampel penelitian ditentukan dengan probability sampling. Jumlah Populasi dari penelitian ini yaitu sejumlah 100 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan Slovin sehingga diperoleh sampel berjumlah 100 orang. Data yang dikumpulkan kemudian diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Versi 26.0.1.1 (14).

Hasil penelitian mengenai pengaruh media sosial LINE Webtoon terhadap minat baca mahasiswa dengan indikator (Kesenangan, Frekuensi, Intensitas) terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Ilmu Komunika Universitas Hasanuddin diperoleh nilai koefisien regresi Variabel X sebesar 1,311 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel X maka nilai Variabel Y bertambah sebesar 1,311. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Artinya terdapat pengaruh Media sosial LINE Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Univeritas Hasanuddin sebesar 59,4% dan masuk dalam kategori Berpengaruh. Presentase tersebut menunjukkan bahwa Media sosial LINE Webtoon mempengaruhi minat baca. dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

**Kata Kunci : Media Sosial, LINE Webtoon, Minat Baca, Universitas Hasanuddin.**

## ABSTRACT

**Helen Angelica B. *The Influence of LINE Webtoon on Reading Interest of Communication Science Students, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University (Supervised by Muh. Akbar and Sudirman Karnay).***

The aims of this research are: (1) To describe how the reading interest of Communication Science Students, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University influences LINE Webtoon (2) To describe what factors influence the reading interest of Communication Science Students, Faculty of Social and Political Sciences. . Hasanuddin University Politics towards LINE Webtoon.

This research uses quantitative descriptive research methods with a descriptive approach. Data collection techniques through questionnaires and literature studies. The population of this research is Communication Science Students from the Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University class 2018-2021. The research sample was determined using probability sampling. The population of this study was 100 people. The sampling technique used Slovin to obtain a sample of 100 people. The collected data was then processed using the IBM SPSS Version application 26.0.1.1 (14).

The results of research regarding the influence of LINE Webtoon social media on students' interest in reading with indicators (Enjoyment, Frequency, Intensity) on interest in reading comics among Hasanuddin University Communication Science students showed that the regression coefficient value for Variable Y increased by 1.311. The regression coefficient is positive so it can be said that the direction of influence of variable X on variable Y is positive. This means that there is an influence of LINE Webtoon social media on interest in reading comics among Communication Science students at the Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University, namely 59.4% and is included in the Influential category. This percentage shows that LINE Webtoon social media has an influence on reading interest. Thus  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted

**Keywords: Social Media, LINE Webtoon, Interest in Reading, Hasanuddin University.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>2</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TIM EVALUASI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>TIM EVALUASI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Kerangka Konseptual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Definisi Oprasional.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G. Metode Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	Error! Bookmark not defined.
A. Teori Stimulus Organisme Response (S-O-R) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Teori S-O-R.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Faktor yang Menghambat Teori S-O-R .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Media Sosial.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Webtoon.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. LINE Webtoon Sebagai Media Sosial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G. Minat.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
H. Membaca.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
I. Minat Membaca.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
J. Komik Strip.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> ..	Error! Bookmark not defined.
A. Mahasiswa Sebagai Pengguna Media Sosial.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Sejarah Webtoon .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Sejarah Webtoon .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
A. Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>LAMPIRAN</b> .....	Error! Bookmark not defined. <b>3</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 3 Kerangka Konseptual Penelitian.....</b>	<b>21</b>
--	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	7
Tabel 4. 1.....	73
Tabel 4. 2.....	74
Tabel 4. 3.....	74
Tabel 4. 4.....	75
Tabel 4. 5.....	75
Tabel 4. 6.....	76
Tabel 4. 7.....	77
Tabel 4. 8.....	78
Tabel 4. 9.....	78
Tabel 4. 10.....	79
Tabel 4. 11.....	80
Tabel 4. 12.....	81
Tabel 4. 13.....	82
Tabel 4. 14.....	82
Tabel 4. 15.....	83
Tabel 4. 16.....	84
Tabel 4. 17.....	84
Tabel 4. 18.....	85
Tabel 4. 19.....	68
Tabel 4. 20.....	69
Tabel 4. 21.....	70
Tabel 4. 22.....	71
Tabel 4. 23.....	72
Tabel 4. 24.....	73
Tabel 4. 25.....	91
Tabel 4. 26.....	92
Tabel 4. 27.....	93
Tabel 4. 28.....	93

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kebiasaan membaca yang dilakukan oleh seseorang ditentukan oleh berbagai faktor, salah satunya minat. Hilgard (dalam Slameto, 2013: 57) menyebutkan *interest is persisting tendency to pay attention and to enjoy some activity or content*. Minat adalah kecenderungan untuk menaruh perhatian dan menikmati beberapa kegiatan. Minat merupakan faktor internal yang mempengaruhi seseorang untuk berbuat sesuatu, salah satunya membaca. Orang yang memiliki minat dalam kegiatan membaca akan cenderung menyukai dan menaruh perhatiannya pada kegiatan tersebut. Menurut Lilawati (dalam Sudarsana dan Bastiano, 2010: 4.27) minat baca adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap kegiatan membaca sehingga mengarahkan individu untuk membaca dengan kemauannya sendiri. Minat baca merupakan salah satu kunci penting bagi seseorang untuk memperoleh ilmu pengetahuan dan informasi.

Menurut data UNESCO tahun 2020, minat baca masyarakat Indonesia hanya 0,001%. Artinya, dari 1.000 orang Indonesia, cuma 1 orang yang gemar membaca. Hasil riset berbeda bertajuk *World's Most Literate Nations Ranked* oleh *Central Connecticut State University* pada Maret 2016 menempatkan Indonesia pada peringkat ke-60 dari 61 negara soal minat membaca, persis

berada di bawah Thailand (59) dan di atas Botswana (61) berada 10 negara terbawayang memiliki tingkat literasi rendah. Data di atas menunjukkan persoalan literasi masih menjadi hal yang harus dibenahi di Indonesia.

Adapun menurut data survei yang dilakukan oleh Perpustakaan Nasional (Perpusnas) padatahun 2020 tentang minat baca Indonesia merupakan hasil survei dari Perpustakaan Nasional (Perpusnas). Perpustakaan Nasional (Perpusnas) mencatat indeks kegemaran membaca Indonesia pada 2020 sebesar 55,74 atau masuk kategori sedang. Skor tersebut naik 1,9 point dari 2019 yang sebesar 53,84. Pada 2020,rata-rata kegiatan membaca masyarakat Indonesia empat kali dalam sepekan. Durasi membaca rata-rata sekitar 1 jam 36 menit per hari. Adapun, jumlah buku yang dibaca rata-rata dua buku pertiga bulan.

Perpusnas melakukan survei tentang indeks kajian membaca pada Maret-November 2020. Survei melibatkan 10.200 responden di 34 provinsi yang bertujuan mengukur frekuensi membaca,durasi membaca, dan jumlah buku yang dibaca. (<https://databoks.katadata.co.id/>). Media sosial memiliki kemampuan dalam menjangkau khalayak banyak dan mampu membagikan informasi dalam bentuk audio maupun video membuat media sosial mulai dilirik sebagai media baik dalam bidang periklanan, bidang politik maupun dalam bidang pembelajaran.

Pertumbuhan akses internet dan perkembangan teknologi informasi membawa dampak perubahan yang luas dalam kehidupan masyarakat. Pada

masa kini media sosial tidak hanya sebagai jaringan untuk dalam membuka dan memperluas pertemanan tetapi berkembang menjaditempat berbagi tidak hanya dalam bentuk teks tetapi juga berupa musik, gambar, video dan layanan yang ditawarkan media sosial saat ini contohnya adalah komik.

Menurut Soedarso, N. (2015) Komik adalah salah satu sarana media komunikasi dalam bentuk karya sastra gambar. Komik sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia sejak dahulu. Awal mula komik di Indonesia sudah dimulai sejak zaman prasejarah, yang dimana dapat dilihat pada relief candi Borobudur. Adegan demi adegan yang digambarkan berurutan, sehingga menghasilkan sebuah cerita yang ingin disampaikan seperti halnya prinsip penyampaian pesan komik pada masa kini.

Kebudayaan dan kemajuan teknologi berkembang saling mempengaruhi. Dahulu internet hanya beredar di kalangan terbatas saja, namun kini Internet telah menampilkan data secara global dan menunjukkan kecenderungan pembauran, yang dimana menunjukkan eksistensi komunitas kedaerahan yang spesifik dikalangan manapun mengukuhkan identitasnya. Begitupun yang terjadidalam seni komik yang berkembang mengikuti teknologi terbaru.

Komik pada awalnya berbentuk media cetak kini mulai beralih menjadi elektronik dan didistribusikan melalui internet sehingga saat ini internet mengubah sifat industri buku dan mengubah cara penjualan buku. Sebelumnya komik hanya dipublikasikan dalam bentuk cetak berupa buku atau pengisi

kolom pada surat kabar dan bentuk lainnya berupa film animasi. Namun seiring dengan perkembangan dimana internet sudah menjadi pilihan masyarakat untuk mendapatkan informasi dan hiburan, komik mulai memasuki ranah digital mulai dari komik yang diterbitkan pada situs web, halaman utama mesin pencari, hingga menjadi sebuah layanan aplikasi media sosial.

Tidak hanya dapat dinikmati oleh pecinta komik yang mengoleksi buku komik namun komik juga dapat dibaca oleh khalayak yang lebih luas. Aplikasi komik digital yang dapat diunduh secara gratis dan pilihan komik dengan beragam genre yang menarik. Selain menarik, komik online lebih efisien dalam menjangkau khalayak. Hanya dengan kuota internet, pembaca dapat menikmati beragam komik dengan banyak genre yang berbeda dan menarik.

Selain LINE Webtoon Terdapat banyak bentuk komik digital dalam bentuk aplikasi yaitu MangaToon, WebComics, Bilbili Comics dan sebagainya. Salah satu Aplikasi membaca komik yang populer di Indonesia adalah LINE Webtoon. LINE Webtoon adalah salah satu platform komik digital dari Korea Selatan yang diluncurkan oleh salah satu perusahaan teknologi yaitu LINE Corporation dengan NAVER Corporation (Fatimah, 2018). Awal mula adanya Webtoon dimulai pada tahun 2003 oleh "Daum" sebuah web portal yang menawarkan sebuah layanan akses internet dan diikuti oleh "Naver" sebuah portal web populer di Korea Selatan yang juga menerbitkan Webtoon pada tahun 2004. Hingga pada tahun 2014 Daum dan Naver meluncurkan LINE Webtoon yang dapat kita akses hingga hari ini.

LINE Webtoon merupakan bagian dari media sosial, pada layanan tersebut terdapat ciri media sosial seperti yang dikemukakan Mayfield (2008) yakni partisipasi, keterbukaan, komunitas dan saling terhubung. Pada LINE Webtoon terdapat partisipasi yaitu pengguna dapat memberikan kontribusi umpan balik pada layanan tersebut, kemudian media sosial ini terbuka untuk feedback dan partisipasi. Pengguna dapat memberikan dukungan dalam bentuk voting, komentar dan berbagi konten yang sifatnya terbuka. LINE Webtoon juga memungkinkan sebuah komunitas terbentuk untuk membagikan konten bagi orang yang memiliki minat yang sama. Dan yang terakhir adalah saling terhubung, yakni media sosial berkembang dengan keterhubungan mereka dengan media sosial lain.

LINE Webtoon menyediakan berbagai macam genre komik dengan berbagai bahasa didalamnya dan dapat dinikmati secara gratis oleh pembaca berawal dari bentuk website yang selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah platform aplikasi yang dapat dinikmati dengan cara diunduh oleh pengguna melalui smartphone. Pada tahun 2014, untuk menyasar pasar secara global NAVER Webtoon bekerja sama dengan LINE Corporation (Bhaskara, 2019).

LINE Corporation adalah perusahaan teknologi yang berbasis di Jepang dan mengembangkan usaha di Korea Selatan dengan nama LINE Plus Corporation (Linecorp.com, 2019). Melalui kerjasama ini, LINE Webtoon berhasil diluncurkan di berbagai negara, salah satunya Indonesia. Tahun 2017, LINE Webtoon secara global mendapatkan pendapatan sebesar 7,07 juta dolar Amerika (Bhaskara, 2019). Memasuki tahun 2019, pasar LINE Webtoon diperkirakan akan naik menjadi 8,4

juta dolar Amerika. Dari data tersebut menunjukkan bahwa secara pasar global, LINE Webtoon akan meningkat tajam dibandingkan komik bentuk cetak yang terus menurun.

Popularitas LINE Webtoon ini menimbulkan pengembang bisnis dari aplikasi komik digital ini. Pertama, LINE Webtoon kini dinikmati tidak hanya masyarakat Indonesia, tetapi negara lain seperti Amerika, Jepang, Thailand, dan lain-lain. Untuk membuat aplikasi komik digital ini menjadi bagian dari produk lokal negara tersebut, LINE Webtoon mengadakan kontes dan edukasi untuk kreator lokal dengan program Webtoon Challenge dan Webtoon *Contest* (Bhaskara, 2019). Kedua, banyak dari karya kreator LINE Webtoon yang diadaptasikan menjadi drama atau film.

Selain dua bentuk dampak popularitasnya, LINE Webtoon juga mengembangkan bisnisnya dengan menerapkan iklan dan kehadiran konten berbayar pada aplikasi versi terbarunya. Dengan platform digital karya komikus dapat menjangkau banyak pembaca dan segmen pembaca lebih luas membuat minat terhadap komik semakin besar. Segmentasi webtoon cukup luas dilihat dari konten yang disajikan pada LINE Webtoon mulai dari genre yang digemari remaja hingga konten yang bermuatan dewasa. Sehingga pembaca yang dijangkau bervariasi mulai dari pelajar, mahasiswa hingga kalangan yang sudah bekerja, minat mahasiswa membaca webtoon didorong oleh cerita yang sesuai dengan segmen usia seperti romance.

Mahasiswa termasuk masyarakat yang menggunakan internet dalam porsi yang cukup besar. Dalam kegiatan perkuliahan mahasiswa sudah mulai dibiasakan dengan teknologi mulai dari pengisian kartu rencana studi, pencarian materi tugas, kuis

online, dan diskusi. Pemahaman tentang teknologi tersebut tidak hanya dalam dunia perkuliahan saja melainkan karena mahasiswa sudah terbiasa menggunakan internet melalui *smartphone* masing-masing.

Pada webtoon versi komputer ditampilkan urutan rating judul komik terfavorit berdasarkan rentang usia, sehingga dapat diketahui bahwa webtoon ternyata menjangkau pembaca hingga usia 30 tahun. Dengan ini membuktikan bahwa usia mahasiswa masih termasuk kedalam kategori segmentasi pembaca webtoon yaitu usia sekitar 18-25 tahun.

Dalam penelitian ini penulis mengacu pada penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan saat ini. Peneliti sebelumnya telah melakukan penelitian di dalam bidang media massa pula, yang telah dilakukan sebelumnya.

Penelitian sejenis pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Eli Kurniawati dengan judul Hubungan Antara Menonton Iklan LINE Webtoon di Televisi dengan Minat Pengunduhan Aplikasi di Smartphone dengan hasil terdapat hubungan antara menonton iklan LINE Webtoon di Televisi dengan Minat Pengunduhan aplikasi di smartphone pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2012-2015 Universitas Lampung sebesar 22,8%. Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Nurfitriani dengan judul Pengaruh social media marketing melalui official account LINE alfamart terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian tersebut adalah Terdapat pengaruh mediasocial marketing melalui official account LINE Alfamart terhadap minat beli konsumen sebesar 17,5%.

**Tabel 1. 1 Penelitian Sejenis Terdahulu**

Judul/Peneliti	Rumusan Masalah	Teori	Hasil Penelitian
Hubungan Antara Menonton Iklan LINE Webtoon di Televisi dengan Minat Pengunduhan Aplikasi di Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2012-2015 Universitas Lampung) Eli Kurniawati	Apakah ada hubungan antara menonton iklan LINE Webtoon di televisi dengan minat pengunduhan aplikasi di smartphone	<i>Uses and Gratification</i>	Terdapat Hubungan antara menonton iklan LINE Webtoon di televisi dengan minat pengunduhan aplikasi di smartphone sebesar 22,8%
Pengaruh social media marketing melalui official account LINE alfamart terhadap minat beli konsumen Nurfitriani (2016)	Apakah terdapat pengaruh antara social media marketing melalui official account LINE Alfamart terhadap minat beli konsumen	Teori S-O-R	Terdapat pengaruh media social marketing melalui official account LINE Alfamart terhadap minat beli konsumen sebesar 17,5%

Terkait hal itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Aplikasi tersebut dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh LINE Webtoon dan keterkaitannya dengan minat membaca komik pada pengguna aplikasi tersebut. Maka timbul keinginan penulis untuk meneliti tentang : Pengaruh LINE Webtoon Terhadap Minat Baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yakni:

1. Bagaimana Pengaruh LINE Webtoon terhadap Minat baca?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat baca Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin terhadap LINE Webtoon?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan sasaran hasil yang ingin dicapai dalam penelitian sesuai dengan fokus masalah yang telah dirumuskan. Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruh minat baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin terhadap LINE Webtoon
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat baca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin terhadap LINE Webtoon

## **Kegunaan Penelitian**

### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan referensi bagi peneliti selanjutnya, sehingga berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Komunikasi dan Bermanfaat untuk pengembangan lanjutan kajian media massa. Khususnya yang berkaitan dengan aplikasi membaca online yang terus berkembang.

### 2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi media dan masyarakat khususnya mahasiswa agar dapat dijadikan masukan atau referensi untuk memahami dampak atau efek dari LINE Webtoon dalam meningkatkan minat membaca mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

## **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan.

1.  $H_0$  : Tidak ada pengaruh antara penggunaan LINE Webtoon

terhadap minat baca pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

2. H<sub>1</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan LINE Webtoon terhadap minat baca pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

### **E. Kerangka Konseptual**

Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pemikiran yang menjadi landasan dalam penulisan ini yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang paling mempengaruhi media Sosial LINE Webtoon terhadap minat baca mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Pada kerangka konseptual penelitian ini dijelaskan mengenai studi literatur yang menjadi dasar penulisan penelitian ini.

Komunikasi merupakan suatu kegiatan penyampaian pesan dari seseorang komunikator kepada komunikan dimana komunikan akan memberikan umpan balik kepada komunikator sebagai umpan balik atau tanggapan dari pesan yang di terimanya, komunikasi dapat berupa komunikasi internal merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan sebuah individu terhadap dirinya sendiri mengenai apa yang hendak dilakukan.

Di sisi lain terdapat juga sebuah komunikasi yang disebut komunikasi massa

yakni sebuah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak dengan menggunakan media massa atau dapat juga komunikasi secara langsung seperti halnya pada acara seminar-seminar atau diskusi panel. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003 dalam Ardianto, 2007), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran, televisi, surat kabar, majalah, serta film.

Cangara (2010:76) dalam bukunya “pengantar ilmu komunikasi” komunikasi massa merupakan salah satu dari komunikasi yang memiliki perbedaan signifikan dengan bentuk komunikasi yang lain. Sifat pesannya yang terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan. Oleh karena komunikasi massa memiliki sejumlah ciri atau karakteristik yang khas diantaranya :

#### 1. Komunikator Terlembaga

Dalam komunikasi massa, komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, namun bersifat melembaga. Lembaga penyampai pesan komunikasi massamelalui media massa, seperti televisi, surat kabar, radio, internet.

## 2. Pesan bersifat umum

Dalam proses komunikasi massa pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada khalayak luas atau semua orang bukan hanya sekelompok orang. Dengan demikian, maka proses komunikasi massa bersifat terbuka. Hal ini dikarenakan, komunikasi tersebar di berbagai tempat yang tersebar. Pesan beritanya pula mengandung unsur fakta yang bersifat penting dan menarik untuk semuakalangan masyarakat bukan hanya sekelompok orang.

## 3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikasi atau penerima informasi dalam komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Hal ini dikarenakan komunikasi massa menyampaikan pesan secara umum pada seluruh masyarakat, yang tidak saling mengenal antara satu sama lain. Tanpa membedakan suku, ras, agama serta memiliki beragam karakter psikologi, usia, jenis kelamin, tempat tinggal, adat budaya, maupun strata sosial yang berbeda-beda.

## 4. Media massa bersifat Keserempakan

Menurut (Effendy, 1981 dalam Elvinaro, 2007), keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

#### 5. Pesan yang disampaikan satu arah

Artinya terjadi komunikasi antara komunikator dan komunikan secara langsung tapi komunikator dan komunikan tidak saling bertemu dan komunikan tidak dapat merespon secara langsung. Disini komunikator yang mengendalikan komunikasinya.

#### 6. Umpan Balik Tertunda ( *Delayed Feedback* )

Dikarenakan antara komunikator dengan komunikan yang tidak bertatap muka secara langsung maka komunikator tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang telah disampaikannya.

Selanjutnya, (Dominick 2001, dalam Ardianto dkk, 2007:15) menjelaskan terdapat beberapa fungsi komunikasi massa, sebagai berikut:

##### a. *Surveillance* (Pengawasan).

Terdiri dari pengawasan peringatan (*warning or beware surveillance*) dan pengawasan instrumental (*instrumental surveillance*).

##### b. *Interpretation* (Penafsiran).

Media massa tidak saja menyuguhkan data dan fakta, namun juga informasi beserta interpretasi tentang suatu kejadian tertentu.

##### c. *Linkage* (Pertalian).

Media massa dapat mempersatukan anggota masyarakat yang

heterogen, sehingga membentuk suatu linkage (pertalian) menurut kepentingan dan minat yang sama pada sesuatu.

**d. *Transmission of Values.* (Penyebaran Nilai-nilai)**

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut socialization (sosialisasi).

**e. *Entertainment* (Hiburan).**

Media massa seperti surat kabar dan majalah meskipun fungsi utamanya adalah informasi dalam bentuk pemberitaan, rubrik-rubrik hiburan selalu ada, apakah itu cerita pendek cerita panjang, atau cerita bergambar.

Komunikasi Massa Terdapat tiga dimensi efek komunikasi massa. (Amri, 1988 dalam Fitriansyah, 2018) menyatakan terdapat 3 dimensi efek tersebut yaitu: kognitif, afektif, dan konatif.

**1. Efek kognitif**

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif membahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, seseorang dapat memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah dikunjungi secara langsung.

(Karlinah, 1999).

Menurut Mc. Luhan (Antoni, 2004), media massa adalah perpanjangan alat indera kita (sense extension theory; teori perpanjangan alat indera) (Rakhmat, 2007). Dengan media massa seseorang memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas yang ditampilkan oleh media massa adalah realitas yang sudah diseleksi. Media massa tidak memberikan efek kognitif semata, namun ia memberikan manfaat yang dikehendaki masyarakat. Inilah efek prososial.

## 2. Efek Afektif

Efek Afektif memiliki kadar yang lebih tinggi daripada Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, melainkan lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya (Karlinah, 1999).

Berikut ini faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya efek afektif dari komunikasi massa.

- a. Suasana emosional; respons kita terhadap sebuah film, iklan, ataupun sebuah informasi, akan dipengaruhi oleh suasana emosional seseorang.
- b. Skema kognitif; merupakan naskah yang ada dalam pikiran kita

yang menjelaskan tentang alur peristiwa.

- c. Situasi terpaan (*setting of exposure*); seseorang akan sangat ketakutan menonton film horor, misalnya, bila menontonnya sendirian di rumah tua, ketika hujan lebat, dan tiang-tiang rumah berderik.
- d. Faktor predisposisi individual; Faktor ini menunjukkan sejauh mana orang merasa terlibat dengan tokoh yang ditampilkan dalam media massa.

### 3. Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Misalnya pada adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang yang menonton menjadi beringas, dan sebagainya. Setiap orang membutuhkan informasi untuk menunjang aktivitas mereka, sehingga berusaha untuk mengakses informasi secepat mungkin.

Teknologi informasi mengalami perkembangan dengan munculnya internet dan diikuti dengan hadirnya media sosial. Media sosial merupakan media yang

memungkinkan setiap orang berinteraksi maupun bersosialisasi dan berkomunikasi tanpa terhalang ruang dan waktu. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan

feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. (Kaplan, Andreas, dan Haenlein, 2010 dalam Fitriani 2017)

Media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media komunikasi online. Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri.

Menurut Brogan (2010) mendefinisikan Social media sebagai berikut: *“Social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person”*. (Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa).

Chris Heuer mencetuskan ide 4C yang dapat digunakan sebagai indikator mediasosial (dalam setiyarti, dkk, 2021)

- f. *Context: how we frame our stories*, yaitu bagaimana membentuk sebuah cerita, pesan, atau informasi, bahasa yang digunakan, dan isi pesan itu sendiri.

**g.** *Communications: the practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing*, yaitu berbagi cerita atau pesan atau informasi dengan

cara mendengar, merespons, dan berkembang dengan berbagai cara yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.

**h.** *Collaboration: working together to make things better and more efficient and effective*, yaitu bekerja sama dengan sebuah akun atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial untuk membuat segala hal menjadi baik dan lebih efektif serta efisien.

**i.** *Connections: the relationships we forge and maintain*, yaitu memelihara hubungan yang telah terbina

Minat baca adalah keinginan atau dorongan yang dimiliki seseorang dalam melakukan kegiatan membaca, orang yang sudah memiliki minat membaca akan melakukan kegiatan membaca sesuai dengan kesadarannya sendiri tanpa ada yang meminta maupun menyuruh, minat membaca ini ada yang berasal dari dalam diri maupun minat yang bersifat situasional.

Indikator minat baca yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kesenangan membaca

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk menaruh perhatian lebih

serta menyukai suatu hal atau kegiatan tertentu tanpa ada paksaan dari pihak lain. Minat baca adalah keinginan kuat yang mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan membaca atas kemauannya sendiri dan didasari dengan perasaan senang. Rasa senang akan menjadi dasar yang kukuh untuk menjalankan sebuah aktivitas dengan penuh kenikmatan (Naim, 2013: 58).

## 2. Frekuensi membaca

Hal ini diartikan sebagai frekuensi (keseringan) dan waktu yang digunakan seseorang untuk membaca. Seseorang yang memiliki minat baca sering kali akan banyak melakukan kegiatan membaca (Dalman, 2014: 145).

## 3. Kuantitas bacaan

Orang yang memiliki minat baca akan berusaha membaca bacaan yang variatif. Mereka tidak hanya membaca bacaan yang mereka butuhkan pada saat itu tetapi juga membaca bacaan yang mereka anggap penting (Dalman, 2014: 145). Untuk mengetahui pengaruh atau efek dari membaca komik LINE Webtoon dalam penelitian ini, digunakan salah satu teori yang merupakan model komunikasi dasar yaitu Teori Stimulus Organism Respon (Teori SOR).

Stimulus respons (S-R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristic. Teori Stimulus respon merupakan suatu prinsip belajar yang

sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya kaitan antara pesan pada media dan reaksi audien. Dalam teori stimulus respon terdapat unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan. Ketiga unsur tersebut adalah pesan (Stimulus), komunikan (Organism) dan efek (Respon). Masing-masing unsur memiliki pengertian sebagai berikut:

a. Pesan (*Stimulus, S*)

Pesan atau message merupakan elemen penting dalam komunikasi. Sebab pesan merupakan pokok bahasan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi publik, pesan bernilai sangat besar. Karena inilah yang menjadi inti dari terjalannya komunikasi. Tanpa adanya pesan maka komunikasi baik antara komunikator dan komunikan tidak akan dapat berjalan.

b. Komunikan (*Organism, O*): perhatian, pengertian, penerimaan

Komunikan merupakan elemen yang akan menerima stimulus yang diberikan oleh komunikator. Sikap komunikan dalam menyikapi stimulus yang diterima akan berbeda-beda. Tergantung kepada masing-masing pribadi menyikapi bentuk stimulus tersebut. Dalam mempelajari sikap ada tiga variabel yang penting

menunjang proses belajar tersebut yaitu: perhatian, pengertian, penerimaan. Ketiga variabel ini menjadi penting sebab akan menentukan bagaimana kemudian respon yang akan diberikan olehkomunikasikan setelah menerima stimulus.

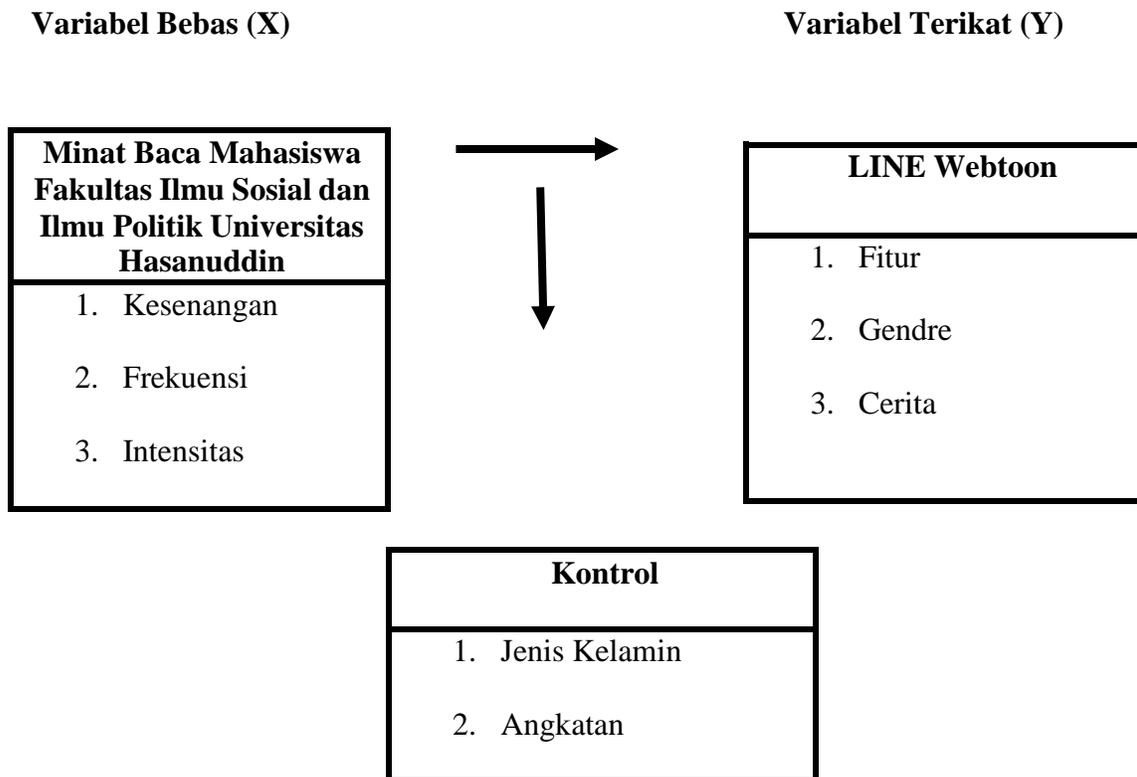
c. Efek (Respon, R)

Perubahan sikap Hosland, mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

- a) Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
- b) Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
- c) Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesiapan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).

- d) Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).
- e) Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Berdasarkan uraian di atas dapat disederhanakan dalam bentuk kerangkakonseptual sebagai berikut:



**Gambar 1.3 Kerangka Konseptual Penelitian**

#### **F. Definisi Oprasional**

Agar tidak terjadi salah pengertian terhadap konsep- konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu pemberian batasan-batasan sebagai berikut:

1. **Media Sosial LINE Webtoon** adalah layanan komik digital gratis

yang memungkinkan para pembacanya untuk menikmati bacaan yang beragam.

2. **Minat baca**, menurut (Wahadaniyah,H,1997) minat baca adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap kegiatan membaca sehingga dapat mengarahkan seseorang untuk membaca dengan kemauanya sendiri atau dorongan dari luar.
3. **Kesenangan**; merupakan minat baca dipengaruhi oleh faktor dalam dan luar dirimahasiswa.
  - 1) Tidak Senang
  - 2) Lumayan Senang
  - 3) Senang
  - 4) Sangat Senang
4. **Frekuensi**; ialah seberapa sering seseorang dalam membaca komik LINEWebtoon, yaitu:
  - 1) Sangat jarang: < 1 kali dalam sehari
  - 2) Jarang: 1-2 kali dalam sehari
  - 3) Sering: 2-4 kali dalam sehari
  - 4) Sangat sering: > 4 kali dalam sehari
5. **Intensitas**; ialah rentang waktu atau lamanya seseorang membaca komik di LINE Webtoon, yaitu:

- 1) Sangat jarang: < 1 jam dalam sehari
- 2) Jarang: 1-2 jam dalam sehari
- 3) Sering: 2-4 jam dalam sehari
- 4) Sangat sering: > 4 jam dalam sehari

6. **Fitur;** merupakan aspek-aspek keistimewaan, karakteristik, layanan khusus, ragam keuntungan yang diintegrasikan atau dibawa didalam suatu produk terpapar kepada pelanggan. Adapun fitur yang terdapat dalam aplikasi digital webtoon pada Line adalah layanan webtoon yang gratis, menyediakan berbagai komik favorit, tampilan komik mobile friendly, bisa menikmati komikgratis dalam keadaan offline, terdapat tombol notifikasi, aplikasi webtoon tidak memakan banyak kuota, aplikasi webtoon menyediakan banyak episode baru setiap harinya.
7. **Genre;** merupakan pembagian tipe-tipe "cerita" dalam suatu anime, artinya bahwa disetiap anime itu memiliki cerita yang berfokus pada hal tertentu. Adapun genre yang terdapat pada LINE Webtoon adalah drama, fantasy, komedi, slice of life, romance, thriller, horror.
8. **Cerita;** merupakan rangkaian peristiwa yang disampaikan, baik berasal dari kejadian nyata (non fiksi) ataupun tidak nyata (fiksi). Sehingga indikator yang diteliti adalah apakah alur cerita tersebut berasal dari kejadian nyata maupun tidak nyata yang membuat para pembaca tertarik dalam membaca komik pada digital webtoon.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Jl. Perintis Kemerdekaan KM.10, Tamalanrea Indah, Kec. Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Penelitian ini akan dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan, yakni pada bulan Agustus 2023 - Oktober 2023.

### **2. Tipe Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Selanjutnya yaitu dengan menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2012:29).

Metode kuantitatif deskriptif tersebut dilakukan untuk membuat pengamatan yang cermat dan berusaha dalam menggambarkan kondisi objek penelitian sesuai dengan keadaan yang ditemukan, serta agar dapat memberikan sebuah penjelasan dengan kedudukan antara variabel-variabel

berdasarkan fakta-fakta yang ada.

### **3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Jenis Data**

##### **1) Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang merupakan sumber utama dalam penelitian ini, yakni data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah ditetapkan. Data ini diperoleh melalui instrumen penelitian kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rating Scale. Menurut Sugiyono (2009:97) Rating Scale adalah data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Jenis kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan yang diikuti dengan beberapa kolom yang menunjukkan tingkatan-tingkatan, mulai dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju.

##### **2) Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2016:225) data sekunder merupakan sumber data yang tidaklangsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui akun-akun Instagram Bookstagram Indonesia dan juga dengan membaca

beberapa buku literatur, jurnal, dan penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan tema penelitian dan permasalahan dalam penelitian ini.

#### **b. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengambilan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### 1) Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan yang telah disusun secara sistematis lalu diberikan kepada responden. Kuesioner yang dimaksud dalam hal ini pengaruh media sosial LINE Webtoon terhadap minat baca memperoleh data mengenai kedua hal tersebut dan beberapa data yang lainnya yang diperlukan.

##### 2) Studi pustaka

Teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir:1988). Selain itu, studi pustaka juga dapat berupa foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penelitian.

#### **4. Teknik Penentuan**

##### **a. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan

karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan bagian dari populasi dan apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif. Setelah melakukan observasi pada penelitian sebelumnya, peneliti mendapat populasi sebesar 365.

Arikunto (2013) mengatakan bahwa pengambilan sampel untuk penelitian jika subjek atau populasinya lebih dari 100 dan apabila kurang dari 100 orang sebaiknya diambil seluruhnya, jika subjeknya lebih besar dari 100 orang dapat diambil 10-15%

atau 20-25% atau lebih. Karena populasinya cukup besar maka jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas Toleransi kesalahan (error tolerance)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{365}{366} \end{aligned}$$

$$= \frac{365}{1 + 365(10\%)^2}$$

= 99,726 → 100 *orang* Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan peneliti mengambil 100 orang mahasiswa/I Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Hasanuddin sebagai calon responden. Namun, untuk menghindari adanya kuesioner yang rusak dan tidak kembali, peneliti mengambil 100 orang mahasiswa/i sebagai calon responden guna mengurangi adanya kesalahan dalam pengolahan data.

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang akan diriset. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa program S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanaddin angkatan 2018-2021.

#### **b. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti pada sebuah penelitian. Menurut (Sugiyono, 2015) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan beberapa pertimbangan. Responden dalam hal ini merupakan seluruh Mahasiswa aktif tahun ajaran 2018-2021 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang pernah mengakses LINE Webtoon.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan dengan metode nonprobability sampling yaitu pemilihan sampel dengan memberi peluang yang tidak sama kepada unsur yang berkaitan untuk menjadi sampel. Menurut (Sugiyono, 2014:82) metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling yaitu Teknik pengambilan sampel dari populasi berdasarkan kriteria yang ditentukan peneliti. Dengan menggunakan rumus Slovin dalam (Sugiyono, 2013:69).

## **5. Teknik Analisis Data**

### **a. Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **Uji Validitas**

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesalahan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk pengukuran yang seharusnya diukur (Sugiyono,2004:137). Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan pada kuesioner yang tidak relevan.

#### **Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan croanbach alpha. Reliabilitas adalah sebuah angka indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipercaya atau dapat diandalkan. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan suatu konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur suatu

gejala yang sama. Suatu pengukuran dapat diandalkan apabila memiliki koefisien cronbach's alpha sama atau lebih dari 0,60.

### **b. Uji Hipotesis**

#### **Uji Paired Sample T-Test**

Uji ini merupakan metode analisis uji beda yang gunanya untuk menguji dua sampel berpasangan, agar dapat diketahui apakah ada perbedaan diantara kedua sampel. Berikut merupakan kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi (Santoso, 2014):

- a. Jika nilai sig. (2-tailed)  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- b. Jika nilai sig. (2-tailed)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

### **c. Uji F (Simultan)**

Uji F dalam penelitian ini berguna untuk menentukan apakah model penaksiran yang digunakan tepat atau tidak. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara  $F_{hitung}$  ( $F_h$ ) dengan  $F_{tabel}$  ( $F_t$ ) pada taraf signifikansi  $5\% = 0,05$ , dimana :

1.  $F_h \geq F_t$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2.  $F_h < F_t$  , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### **d. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara

media sosial LINE Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Hasanuddin, maka pengujian hipotesisnya akan dilakukan dengan menggunakan analisis statistik menggunakan analisis linear sederhana, dengan rumusnya sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subjek variabel minat membaca komik

X = subjek variabel media sosial LINE Webtoon

a = konstanta (harga Y bila X = 0)

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel bebas (X) yang didasarkan pada hubungan variabel terikat (Y)

n : jumlah sampel

nilai a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum F - b \sum K}{n}$$

$$b = \frac{n \sum KF - \sum K \sum F}{n \sum K^2 - (\sum K)^2}$$

#### e. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketetapan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain (Sentosa dan Ashari, 2005:125), untuk menganalisanya dengan menggunakan output SPSS.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Teori Stimulus Organisme Response (S-O-R)**

Teori S-O-R oleh Hovland et al (1953) sebagai singkatan dari Stimulus- Organism-Response. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan koneksi. Menurut teori ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (dalam Effendy, 2003:254).

Asumsi dasar teori ini adalah komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya teori ini adalah mengonsumsi kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif : misalnya jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif (Effendy, 2003:253-254).

Teori ini mengemukakan bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Pada teori ini terdapat beberapa unsur yaitu sebagai berikut:

1. Pesan (Stimulus), ialah pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa tanda dan lambang.
2. Komunikan (Organism), ialah keadaan di mana komunikan menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pesan yang telah tersampaikan tersebut selanjutnya diartikan dan dipahami oleh komunikan.
3. Efek (Response), ialah dampak dari efek penyampaian pesan yang dilakukan antara komunikan dan komunikator. Efek dari komunikasi tersebut berupa adanya perubahan sikap afektif, kognitif, dan konatif. Efek kognitif berarti bahwa setiap informasi menjadi bahan pengetahuan bagi komunikan (Effendy, 2009:255).

## **B. Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Teori S-O-R**

### **1. Komunikator**

Komunikator adalah penyampai pesan, dalam hal ini berkaitan dengan pemberi stimulus. Komunikator dituntut untuk memiliki kredibilitas yang tinggi di mata komunikan (penerima stimulus). Selain itu komunikator juga harus memiliki kemampuan berkomunikasi serta daya tarik yang memadai sehingga dapat menarik perhatian komunikan.

### **2. Media**

Dalam komunikasi, media merupakan alat atau sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Media yang digunakan perlu dipilih secermat mungkin agar dapat pesan atau stimulus yang diberikan oleh komunikator dapat diterima dengan mudah oleh komunikan.

Media yang digunakan komunikator harus sesuai dengan karakteristik komunikan, sehingga dapat mempermudah proses pemahaman komunikan.

### 3. Komunikan

Semakin dalam komunikator mengetahui karakteristik komunikan maka akan semakin memperkuat tingkat keberhasilan stimulus yang diberikan. Karakteristik di sini dapat berupa pengalaman, latar belakang, dan sebagainya.

## **C. Faktor yang Menghambat Teori S-O-R**

### 1. Gangguan Mekanik

Gangguan mekanik berupa gangguan fisik, yang disebabkan oleh adanya suara atau kebisingan lain di sekitar tempat pemberian stimulus dilakukan. Misalnya suara mobil yang lalu lalang, suara musik dari luar, dll.

### 2. Gangguan Semantik

Gangguan semantik berupa gangguan disebabkan oleh adanya perbedaan makna yang dipahami oleh sumber dan penerima. Gangguan ini biasanya berhubungan dengan keterbatasan atau perbedaan bahasa, misalnya perbedaan pemahaman mengenai istilah-istilah rumit atau jargon – jargon tertentu.

### 3. Kepentingan

Komunikan akan selektif dalam menerima pesan/ stimulus yang diberikan berdasarkan kepentingannya. Contohnya materi mengenai penyajian makanan dengan gizi yang seimbang bagi keluarga akan lebih menarik bagi ibu rumah tangga daripada materi mengenai cara menghitung kalori makanan yang dibutuhkan untuk suatu kegiatan olahraga (baca juga: teori public relations).

#### 4. Motivasi Terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Perbedaan motivasi dapat menjadi penghambat keberhasilan penerapan teori S-O-R. Ketika motivasi yang terkandung dalam stimulus yang diberikan komunikator sesuai dengan motivasi komunikan, maka stimulus akan diterima. Jika tidak sesuai, komunikan akan mengabaikannya. Semakin sesuai stimulus yang diberikan dengan motivasi yang dimiliki komunikan, akan semakin tinggi pula tingkat keberhasilan penerapan teori S-O-R ini.

#### 5. Prasangka

Prasangka berkaitan dengan rasa curiga yang timbul dalam diri komunikan. Prasangka bisa menjadi hambatan yang sangat berat dalam keberhasilan teori S-O-R, sebab rasa curiga akan membuat komunikan bersikap menentang komunikator, bahkan sebelum komunikator menyampaikan apapun. Prasangka dapat timbul pada etnis, agama, pandangan politik, atau kelompok tertentu (baca juga: etika komunikasi di internet).

#### 6. Evasi Komunikasi

Evasi komunikasi berkaitan gejala mencemooh atau mengelakkan pesan (stimulus) yang diberikan komunikator dengan tujuan untuk mendiskreditkan pesan tersebut. Terdapat tiga jenis evasi, yaitu menyesatkan pengertian, mencacatkan pesan komunikasi, dan merubah kerangka referensi. Menyesatkan pengertian misalnya, dengan menyebut seorang pejabat pemerintah mencari muka ketika pejabat tersebut terlihat sedang melakukan upaya menanam pohon.

#### **D. Media Sosial**

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.(Nasrullah, 2015: 11)

Menurut Antony Mayfield (2008:7) media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Menggunakan media sosial menjadikan kita menjadi diri sendiri selain kecepatan informasi yang diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiridalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tidak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan personal branding.

Media sosial merupakan salah satu platform yang muncul di media siber. Karena itu, melihat media sosial yang ada tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media siber. Meski karakteristik media siber bisa dilihat melalui media sosial, media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya.

Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Bukan berarti tidak ada karakter umum atau makro, hanya pembahasan karakteristik media sosial ini dipandang

perlu untuk melihat perbedaan dengan media lainnya. (Castell, Talalay et al, Thurlow, Lengel & Tomic, dalam Nasrullah, 2015:15) Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

1. Jaringan (*network*)
2. Informasi (*information*)
3. Arsip (*archive*)
4. Interaksi (*Interactivity*)
5. Simulasi sosial (*Simulation of society*)
6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Menurut Mayfield (2008) media sosial dipahami sebagai kelompok media online jenis baru yang memiliki karakteristik berikut :

1. Partisipasi

Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua orang yang tertarik. Ini mengaburkan batas antara media dan penonton.

2. Keterbukaan

Sebagian besar layanan media sosial terbuka terhadap umpan balik dan partisipasi. Mereka mendukung voting, komentar dan pembagian informasi. Hampir tidak ada hambatan untuk melakukannya. Mengakses dan memanfaatkan konten - konten yang dilindungi kata sandi tidak disukai.

3. Percakapan

Sedangkan media tradisional adalah tentang "siaran" (konten dikirim atau didistribusikan ke penonton) media sosial lebih baik dilihat sebagai percakapan dua arah.

#### 4. Komunitas

Media sosial memungkinkan masyarakat terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas berbagi minat yang sama, seperti cinta fotografi, isu politik atau acara TV favorit.

#### 5. Saling terhubung

Sebagian besar media sosial berkembang pada keterhubungan mereka, memanfaatkan tautan ke yang lain situs, sumber daya dan orang.

Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur, yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan karakteristik penggunaannya, sampai berdasarkan pada file atau berkas apa saja yang disebar ( *sharing* ) diantara pengguna. Dari berbagai sumber tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

1. Media jejaring sosial (*social networking*)
2. Jurnal online (*blog*)
3. Jurnal online sederhana atau mikroblog (*microblogging*)
4. Media berbagi (*media sharing*)
5. Penanda sosial (*social bookmarking*)
6. Media konten bersama atau Wiki.

Pembagian jenis media sosial dalam kategori ini merupakan upaya untuk melihat bagaimana jenis media sosial itu. Bukan berarti hanya terbatas pada pembagian ini apalagi melihat perkembangan platform di internet dan aplikasi di perangkat telepon

genggam, seperti aplikasi Android, namun secara dasar dan teori semestinya harus ada landasan awal untuk melihat jenis-jenis media siber tersebut. (Nasrullah,2015: 39)

### **E. Webtoon**

Webtoon merupakan akronim dari website cartoon atau juga disebut sebagai world wide web + cartoon yang merupakan sebuah gambar yang memiliki cerita atau biasa disebut komik dan dipublikasikan dengan menggunakan jaringan internet. Fenomena webtoon berasal dari negara Korea. Dilihat dari gambarnya, webtoon dianggap sebagai bagian dari manhwa, seperti halnya manga yang merupakan komik khas Jepang, manhwa merupakan ciri khas komik Korea.

Webtoon merupakan sebuah komik genre Korea tersendiri yang dihasilkan dari gabungan jaringan komunikasi super cepat Korea dengan akses individu ke komputer. Jika YouTube menyediakan UCC (*user-created content*) dalam bidang video, maka perusahaan internet Korea seperti Naver dan Daun menyediakan UCC di bidang manhwa sejak awal 2000.

### **F. LINE Webtoon Sebagai Media Sosial**

Jenis aplikasi media sosial setiap waktu semakin bertambah. Interaksi dalam bermedia sosial yang ditawarkan menjadi sangat beragam terkadang antar media sosial bekerjasama untuk menyebarkan informasi. Menurut Overdrive ([ovrdrv.com](http://ovrdrv.com)), suatu lembaga riset pemasaran, jenis aplikasi media sosial sedikitnya mencapai 240 aplikasi yang menawarkan ratusan cara berinteraksi. (Kemendag,2014).

Sebagai acuan untuk mengelompokkan media sosial berdasarkan jenis atau kegunaannya, ada beberapa kategori ciri-ciri dan tipe untuk mengetahui apa jenis media sosial tersebut. Namun melihat keberagaman platform di internet dan aplikasi smartphone saat ini pembagian kategori tersebut bukan berarti menunjukkan pembagian jenis media sosial hanya sebatas kategori tersebut melainkan pembagian kategori bertujuan sebagai landasan awal untuk melihat jenis-jenis media sosial. Selain melihat dari bagaimana media sosial tersebut memberikan layanan dalam berinteraksi, setidaknya terdapat karakteristik umum media sosial untuk melihat apakah aplikasi tersebut termasuk media sosial atau tidak. Karakteristik media sosial menurut Mayfield (2008) yaitu:

1. Partisipasi
2. Keterbukaan
3. Percakapan
4. Komunitas
5. Saling terhubung

LINE Webtoon adalah jenis aplikasi yang merupakan bagian dari media sosial LINE. Pada fitur yang ditawarkan, LINE Webtoon memiliki karakteristik yang dimiliki oleh media sosial, diantaranya:

Partisipasi. Partisipasi memungkinkan pihak berkepentingan kesempatan untuk terlibat dalam interaksi. Dengan mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua orang yang tertarik, media sosial mengaburkan batas antara media dan pemirsa. Meskipun bervariasi dalam tingkat partisipasi, media sosial telah digunakan oleh sejumlah organisasi untuk memfasilitasi budaya partisipatif (Rosso et al., 2008). Secara

khusus, partisipasi dapat diukur melalui keterlibatan pengguna media sosial serta frekuensi kunjungan, lama tinggal di media sosial (Koh dan Kim, 2004). Pada LINE Webtoon pengguna berpartisipasi melalui fitur favorit dan like.

**Keterbukaan.** Karakteristik keterbukaan ditingkatkan oleh filosofi jaringan sosial media dan tersedianya mekanisme yang mudah digunakan untuk membuat dan berbagi konten. Bukti keterbukaan itu lazim terjadi saat orang-orang, terutama generasi muda, berbagi kehidupan mereka secara online melalui situs media sosial seperti Facebook, Flickr, Twitter, dan organisasi menggunakan blog korporat untuk mendistribusikan informasi dan menerima umpan balik. esensi keterbukaan, baik melalui sarana teknologi atau budaya, di media sosial dapat didefinisikan oleh persepsi - tentang pemberian dan penerimaan isi, informasi, dan komentar oleh penggunanya. Pada media sosial LINE Webtoon fitur komentar, rating, share, cari, serta keterangan yang dipaparkan pada halaman awal komik merupakan fitur yang mendukung karakteristik keterbukaan pada media sosial tersebut.

**Percakapan.** Dibandingkan media tradisional, media sosial memungkinkan percakapan dua arah dan bukan transmisi satu arah atau distribusi informasi ke pemirsa (Mayfield, 2008). Didokumentasikan dengan baik bahwa tingkat conversationality bervariasi menurut jenis media sosial. Misalnya, sementara SNS seperti Facebook menawarkan banyak komponen komunikasi untuk percakapan antara pengguna, alat micro-blogging seperti Twitter dan komunitas konten seperti YouTube memiliki percakapan yang relatif terbatas atau komunikasi dua arah karena utilitas utama dan struktur yang melekat pada media sosial ini (Pilch, 2009). Bagaimana mungkin tingkat conversationality diukur? Beberapa ilmuwan berpendapat bahwa komunikasi dua arah

dapat diperiksa dengan memusatkan perhatian pada dimensi kunci - umpan balik - sebagai komponen interaktivitas, kontrol aktif, dan sinkronisitas (Liu, 2003; Liu & Shrum, 2002). LINE Webtoon memiliki ruang untuk percakapan melalui fitur komentar dimana fitur ini dapat digunakan untuk berkomunikasi baik dengan sesama pembaca komik LINE Webtoon maupun dengan kreator komik itu sendiri.

Komunitas. media sosial menyediakan sarana yang efektif untuk mengembangkan masyarakat, namun utilitas intinya adalah menghubungkan individu dan organisasi dengan orang lain yang memiliki kesamaan tertentu, sebagaimana ditentukan oleh kebutuhan dan kepentingan temporal mereka pada saat interaksi.

Saling Terhubung. Meskipun kehadiran fisik dianggap ideal dalam hubungan sosial (Stafford, Kline, & Dimmick, 1999), hubungan interpersonal dapat dipertahankan dengan tidak hanya komunikasi tatap muka namun juga memediasi interaksi melalui teknologi komunikasi (Stafford et al. , 1999; Wellman & Gulia, 2003). Dengan menyediakan tautan Web ke situs, sumber daya, dan orang lain, mediasosial memungkinkan pengguna media berpindah dari satu titik ke titik lain di dunia maya, dan menawarkan keterhubungan dengan penggunanya (Mayfield, 2008). Pengguna LINE Webtoon menggunakan fitur share untuk membagikan konten ke media sosial lainnya, maupun membagikan pada akun media sosial orang lain dengan orang lain yang memiliki kesamaan tertentu, sebagaimana ditentukan oleh kebutuhan dan kepentingan temporal mereka pada saat interaksi. Pengguna LINE Webtoon menggunakan fitur share untuk membagikan konten ke media sosial lainnya, maupun membagikan pada akun media sosial orang lain.

## G. Minat

Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan. (Jahja 2012: 63). Minat ditandai dengan rasa suka dan terkait pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Artinya, harus ada kerelaan dari seseorang untuk melakukan sesuatu yang disukai. Dengan demikian, timbulnya minat terjadi karena adanya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar dirinya. Semakin kuat atau semakin besar hubungan tersebut maka semakin dekat minat seseorang. (Natha Kosasi,2012)

Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sementara. Adapun minat bersifat tetap (*persistent*) dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya.

Sifat-sifat dan faktor-faktor minat. Minat memiliki sifat dan karakter khusus, sebagai berikut:

1. Minat bersifat pribadi (individu), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain
2. Minat menimbulkan efek diskriminatif
3. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi motivasi

4. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan mode adapun faktor-faktor yang meliputi minat, yaitu : kebutuhan fisik, sosial egoistis, dan pengalaman (Jahja 2012: 63-64)

Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat baca. Menurut Sumadi dalam (Sudiana, 2004) mengungkapkan bahwa minat baca adalah kecenderungan jiwa yang mendorong seseorang berbuat sesuatu terhadap membaca. Minat baca ini ditunjukkan oleh adanya keinginan yang kuat untuk melakukan kegiatan membaca.

#### **H. Membaca**

Membaca adalah suatu proses yang dilakukan serta dipergunakan oleh pembaca untuk memperoleh pesan, yang hendak disampaikan oleh penulis melalui media kata-kata/bahasa tulis, suatu proses yang menuntut agar kelompok kata yang merupakan suatu kesatuan akan terlihat dalam suatu pandangan sekilas, dan agar makna kata-kata secara individual akan dapat diketahui. Kalau hal ini tidak dipenuhi, maka pesan yang tersurat dan yang tersirat tidak akan tertangkap atau dipahami, dan proses membaca itu tidak terlaksana dengan baik (Hodgson dalam Tarigan 1987:7)

Dari segi linguistik, membaca adalah suatu proses penyandian kembali dan pembacaan sandi (*a recording and decoding process*) berlainan dengan berbicara dan menulis yang justru melibatkan penyandian (*encoding*). Sebuah aspek pembacaan sandi (*decoding*) adalah menghubungkan kata-kata tulis (*written word*) dengan makna bahasa lisan (*oral language meaning*) yang mencakup pengubahan tulisan/cetakan menjadi bunyi yang bermakna (Anderson dalam Tarigan 1990:7)

Membaca juga merupakan suatu strategis. Pembaca yang efektif menggunakan berbagai strategi membaca yang sesuai dengan teks dan konteks dalam rangka mengkonstruksi makna ketika membaca. Strategi ini bervariasi sesuai dengan jenis teks dan tujuan membaca. Membaca adalah interaktif. Keterlibatan pembaca dengan teks tergantung pada konteks. Orang yang senang membaca suatu teks yang bermanfaat, akan menemui beberapa tujuan yang ingin dicapainya, teks yang dibaca seseorang harus mudah dipahami (*readable*) sehingga terjadi interaksi antara pembaca dan teks. (Rahim 2011:3). Membaca hendaknya mempunyai tujuan, karena seseorang yang membaca dengan suatu tujuan, cenderung lebih memahami dibandingkan dengan orang yang tidak mempunyai tujuan. Dalam kegiatan membaca dikelas, guru seharusnya menyusun tujuan membaca dengan menyediakan tujuan khusus yang sesuai atau dengan membantu mereka menyusun tujuan membaca siswa itu sendiri.

Tujuan membaca mencakup;

1. Kesenangan
2. Menyempurnakan membaca nyaring
3. Menggunakan strategi tertentu
4. Memperbaharui pengetahuannya tentang suatu topik
5. Mengaitkan informasi baru dengan informasi yang telah diketahuinya
6. Memperoleh informasi untuk laporan lisan atau tertulis
7. Mengkonfirmasi atau menolak prediksi
8. Menampilkan suatu eksperimen atau mengaplikasikan informasi yang diperoleh dari suatu teks dalam beberapa cara lain dan mempelajari

tentang struktur teks; Menjawab pertanyaan-pertanyaan yang spesifik  
(Blanton 2011 : 11-12)

## **I. Minat Membaca**

Menurut Koko Srimulyo minat membaca adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap aktivitas membaca, atau sebagai keinginan atau kegairahan yang tinggi terhadap aktivitas membaca, bahkan ada pendapat yang menyatakan bahwa minat membaca itu bisa diidentikkan dengan kegemaran membaca (*the love for reading*). (Rohmad dalam Anik Nadhiroh, 2011).

Terdapat beberapa pemikiran mengenai aspek pengukuran minat baca pada seseorang menurut Renninger (dalam Maryuningsih, 2014) mengukur minat baca seseorang dengan memperhatikan hal berikut ini:

- a) Melakukan kembali secara berulang-ulang. Seseorang dengan minat membaca yang tinggi akan terus melakukan aktivitas membaca secara berulang-ulang.
- b) Menghabiskan banyak waktu dengan objek tersebut dibandingkan dengan objek lain. Seseorang yang memiliki minat membaca yang tinggi akan menghabiskan sebagian besar waktunya untuk aktivitas membaca dibandingkan dengan aktivitas lainnya

Kemudian Burns dan Lowe (dalam Anik Nadhiroh, 2011) mengukur keberadaan minat baca pada seseorang dengan mempertimbangkan hal dibawah ini:

- a. Kebutuhan terhadap bacaan
- b. Tindakan untuk mencari bacaan
- c. Rasa senang terhadap bacaan

- d. Ketertarikan terhadap bacaan
- e. Keinginan untuk selalu membaca
- f. Tindak lanjut (menindaklanjuti dari apa yang dibaca)

## **J. Komik Strip**

Komik strip adalah sebuah gambar atau rangkaian gambar yang berisi cerita. Biasanya komik strip ini digambar atau dibuat oleh kartunis dan diterbitkan secara teratur pada sebuah surat kabar, majalah atau pada situs atau blog internet. Pada tahun 1930-an komik strip ini ditemukan dan populer di Eropa dan Amerika dan diterbitkan pada media koran dan majalah.

Beberapa jenis komik strip adalah cerita putus atau berseri, namun ada pula yang langsung tamat. Biasanya komik strip minimal terdiri dari 3 panel. Untuk majalah biasanya komik strip terdiri lebih dari 3 panel dan disertai dengan balon kata-kata seperti halnya panel-panel dalam buku komik. Sedangkan untuk koran, komik strip tidak selalu diisi dengan balon kata. Dalam koran, tema komik strip yang diangkat adalah tema humor, bahkan untuk mengkritisi kondisi sosial politik dengan sentilan-sentilan kritis dan nakal.

Komik strip pada awalnya dibuat dengan manual yakni dengan membuat sketsa dengan pensil, kemudian proses penghalusan sketsa dengan tinta cina. Namun lambat laun teknik penghalusan sketsa diganti dengan pena gambar atau drawing pen. Kebanyakan pada saat itu menggunakan format hitam putih, sedangkan untuk warna biasanya menggunakan cat air atau cat poster. Pada era digital seperti saat ini pembuatan komik strip semakin mudah sejak ditemukannya scanner atau alat pemindai. Meskipun penggambarannya masih secara manual pada sebuah kertas,

namun gambar tersebut dapat dijadikan data digital setelah dipindai lalu diedit menggunakan program desain grafis (Iswidharmanjaya 2011 : 1-4).

