

**PENGARUH TAUTAN BERITA PADA FACEBOOK TERHADAP MINAT  
MEMBACA BERITANYA**

**(Studi pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**ULFAH NUR AINI NINGRUM**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH TAUTAN BERITA PADA FACEBOOK TERHADAP MINAT MEMBACA BERITANYA**

**(Studi pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)**

**Oleh**

**ULFAH NUR AINI NINGRRUM**

Pada era globalisasi ini banyak sekali kebutuhan dan gaya hidup masyarakat yang menimbulkan munculnya perkembangan dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu perkembangan pada bidang teknologi internet. Dengan berkembangnya kemajuan teknologi internet, maka akan memudahkan masyarakat zaman sekarang untuk melakukan komunikasi jarak jauh dan mendapatkan suatu informasi dengan mudah dan cepat. Teknologi internet yang saat ini menjadi fenomena dan marak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat yaitu situs jejaring sosial. Facebook merupakan salah satu contoh jejaring sosial yang paling banyak diminati oleh hampir seluruh lapisan masyarakat. Pada beranda Facebook dapat ditemukan sebuah tautan berita berupa gambar dan teks jangkar yang menghubungkan kepada sebuah *website* yang berisikan berit-berita menarik maupun berita yang sedang hangat diperbincangkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tautan berita pada Facebook terhadap minat membaca beritanya studi pada buruh pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey yang menyebarkan kuesioner kepada 100 buruh pabrik PT Gajah Tunggal Tbk. Penelitian ini menggunakan teori media baru. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh tautan berita pada Facebook terhadap minat membaca beritanya yaitu sebesar 10,40%.

Kata kunci: Tautan Berita, Facebook.

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF LINK OF NEWS ON FACEBOOK ON THE  
INTEREST OF READING THE NEWS  
(Study on Factory Workers PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)**

**BY**

**ULFAH NUR AINI NINGRUM**

*In the era of globalization, there are many needs and human lifestyles that cause the emergence of developments in various fields. One of them is development in Internet technology. With the advent of internet technology, it facilitated the society in this era to do long distance communication and get the information faster and easier. The current technology that became a phenomenon and commonly used by various society is social networks. Facebook is social network that very popular and commonly used by the society. On the Facebook's timeline can be found news link consisting images and anchor text that is connected to a website that contains interesting and fresh news. This research aims to find out the influence of news links on Facebook on the interest of reading news, study on factory workers in PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang. This research type is quantitative research with survey method which spread questionnaires to 100 factory workers in PT Gajah Tunggal Tbk. This research used a new media theory. The results showed the influence of news link on Facebook on the interest of reading news is about 10.40%.*

*Keywords: News Link, Facebook*

**PENGARUH TAUTAN BERITA PADA FACEBOOK TERHADAP MINAT  
MEMBACA BERITANYA  
(Studi pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)**

Oleh

**ULFAH NUR AINI NINGRUM**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

Judul Skripsi : **PENGARUH TAUTAN BERITA PADA  
FACEBOOK TERHADAP MINAT MEMBACA  
BERITANYA  
(Studi pada Buruh Pabrik PT Gajah  
Tunggal Tbk Tangerang)**

Nomor Pokok Mahasiswa : **Ulfa Nur Aini Ningrum**

NPM : 1316031073

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mcomm&MediaSt.**  
NIP 19760422 200012 2 001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

**Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mcomm&MediaSt.**  
NIP 19760422 200012 2 001

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mcomm&MediaSt. ....**



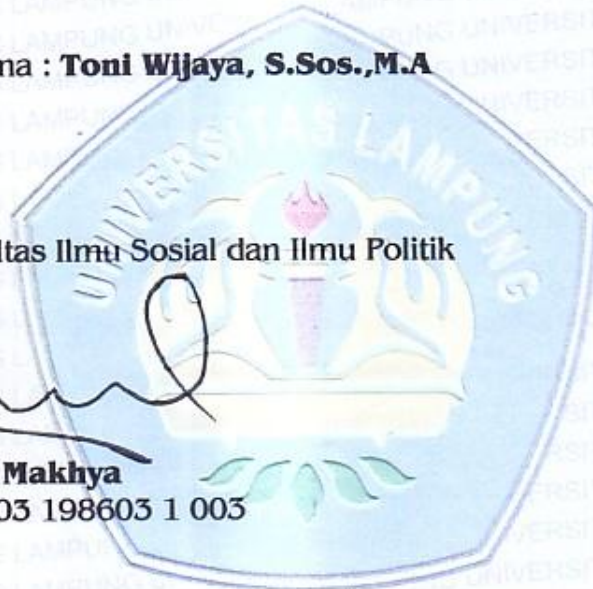
**Penguji Utama : Toni Wijaya, S.Sos.,M.A**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dr. Stanef Makhya**  
Telp. 19590803 198603 1 003



**Tanggal Lulus Ujian Skripsi :16 November 2017**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ulfah Nur Aini Ningrum

NPM : 1316031073

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat Rumah : Jl Ahmad Yani RT 02 RW 01 Ds. Taman Sari 2, Kec Gedong Tataan,  
Kab. Pesawaran

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Tautan Berita pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 13 November 2017

Yang membuat pernyataan,



Ulfah Nur Aini Ningrum  
NPM. 1316031073

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Ulfah Nur Aini Ningrum. Dilahirkan di Tangerang pada tanggal 19 Mei 1995. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Ami Seno dan Solekah. Penulis menempuh pendidikan di Taman Kanak-Kanak Diniyyah Putri Lampung pada tahun 2001, SDN Sukaasih 1 Pasar Kemis Tangerang pada tahun 2007, SMP Daar el Qolam 2 Tangerang pada tahun 2010, SMA Daar el Qolam 2 pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur undangan SNMPTN.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai anggota HMJ Ilmu Komunikasi sebagai anggota bidang *Research and Development* periode kepengurusan 2014-2015. Setelah itu penulis juga menjabat sebagai anggota staff ahli sekretaris kabinet BEM Universitas Lampung periode kepengurusan 2014-2015, Selain itu penulis menjabat sebagai anggota staff kesejahteraan mahasiswa BEM Universitas Lampung periode kepengurusan 2015-2016 dan penulis juga menjabat sebagai anggota PIK M RAYA UNILA periode kepengurusan 2015-2016. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Warga Makmur Jaya Kabupaten Tulang Bawang pada Januari-Maret 2016 dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kompas Tv Lampung bagian asisten produksi pada bulan September – Oktober 2016.



## *Motto*

*" Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. – (Q.S Al-Insyirah: 5-6)*

*"Ingatlah kamu sekalian kepada-Ku niscaya Aku ingat pula kepadamu dan bersyukurlah kepada-Ku dan janganlah mengingkari nikmat-Ku." –(Q.S Al-Baqorih 152)*

**BERSYUKURLAH SEBANYAK-BANYAKNYA**

**-PENULIS-**

## *Persembahan*

*Sujud syukur kupersembahkan pada ALLAH yang maha kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikannya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsiku pada orang-orang tersayang:*

*Ayahanda (Ami Seno) dan Ibundaku (Solekah) Tercinta yang tak pernah lelah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih juga untuk Adik-adikku (Fadilah Nur Sholekhah dan Bilqis Nur Fitri) yang selalu memberikan dukungan, semangat dan selalu mengisi hari-hariku dengan canda tawa dan kasih sayangnya. Terima kasih untuk Abi, Ummi dan Adik-adikku.*

*Sahabat seperjuanganku*

*(Enny, Shita, Yelly, Ambar, Tommy, Sukman, Bayu, Oci, Upi) yang selalu memberi semangat dan dukungan serta canda tawa yang sangat mengesankan selama masa perkuliahan, susah senang dirasakan bersama dan sahabat-sahabat seperjuanganku yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terima kasih untuk kalian semua.*

## SANWACANA

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena bantuan, berkat, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Tautan Berita pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, hidayah-Nya serta kesehatan dan petunjuk yang selalu Engkau berikan kepada kami. Maafkan hamba-Mu ini yang sering melakukan kesalahan dihadapan-Mu.
2. Kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bapak Dr. Syarief Makhya, M.Si.
3. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mcomn&MediaSt Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Terimakasih untuk segala keramahan, kesabaran serta keiklasannya mendidik dan membantu mahasiswa selama ini.

4. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si selaku Seketaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, untuk segala kesabaran, keramahan serta membantu mahasiswa selama ini.
5. Bapak Dr.Cahyono Sugiharto, selaku Dosen Pembimbing skripsi untuk seminar usul yang telah meluangkan banyak waktu untuk sabar membimbing dan memberikan penulis banyak ilmu dan pengetahuan baru yang bermanfaat.
6. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mcomn&MediaSt, selaku dosen pembimbing seminar hasil yang telah meluangkan banyak waktu untuk sabar membimbing dan memberikan penulis banyak ilmu dan pengetahuan baru yang bermanfaat.
7. Bapak Toni Wijaya S.sos.,M.A selaku Dosen Penguji yang telah bersedia membantu serta memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi penulis serta keramahannya dalam memberikan ide-idenya.
8. Seluruh dosen, staff, administrasi dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.
9. Teruntuk malaikat tanpa sayap yang sudah dikirimkan tuhan Abi dan Ummi Ulfah tersayang. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silah kumerintah, menadahkan doa dalam syukur yang tiada henti, karya kecil ini kupersembahkan untuk abi dan ummiku yang tiada henti selama ini memberikan semangat, doa serta nasihat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga Ulfah selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepan Ulfah, terimalah bukti kecil ini sebagai

kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbanan mu, dalam hidupmu demi hidupku kalian ikhlas mengorbankan segala perasaan, dalam lapar berjuang separuh nyawa. Semoga Abi dan Ummi sehat selalu Aamiin ya Allah.

10. Teruntuk kedua adikku dila dan bilqis yang selalu memberikan semangat untuk kakaknya yang selalu berjuang demi menjadi sarjana.
11. Untuk kedua wanita kesayanganku Enny Nurcahyani dan Shinta Elly Yana yang dari maba sampai hari ini masih ada disampingku. Terimakasih untuk cerita kita di masa perkuliahan, terimakasih sudah bersedia ada dikala senang dan sulit, kalian terbaik.
12. Hidupku terlalu berat untuk mengandalkan diri sendiri tanpa melibatkan bantuan tuhan dan orang lain, tak ada tempat terbaik untuk berkeluh kesah selain bersama sahabat-sahabat terbaik, terimakasih untuk penghuni grup Skripsiers Ambar, Bayu, Enny, Shinta, Sukman dan Tommy terimakasih selalu menemani dalam canda tawa serta tangis.
13. Untuk saudaraku Mbak Fitri, Ema, Fathia, Dika Terimakasih selalu membantu penulis dan selalu ada dalam keadaan suka maupun duka.
14. Untuk Geng Temen Maen, bang adi, Ambar, Bayu, Enny, bang ijal, Oci, Upi, Sukman, Tommy, Shinta, dan Yunita terimakasih untuk kebersamaan kita selama ini dan juga semangat serta motivasi yang diberikannya kepada penulis.
15. Untuk teman-teman KKN Adam, Intan, Nungki, Ria, Mbak Ulan dan Bang Yaqub terimakasih kalian yang sudah menjadi penghangat di Desa Warga Makmur Jaya selama 3 bulan. Terimakasih selalu memberikan tawa

dan canda serta semangat dan motivasi untuk penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

16. Untuk teman-teman komunikasi 2013 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih atas kebersamaanya. Terimakasih sudah membuat masa perkuliahan ku penuh dengan canda dan tawa.
17. Adik-adik Komunikasi 2014, 2015, 2016 dan 2017, nikmati masa kuliahnya, yang sudah masuk semester akhir mulai dikerjakan skripsinya. Kalian harus tetap semangat.
18. Serta untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bias disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungannya.

Bandar Lampung, 13 November 2017  
Penulis,

Ulfah Nur Aini Ningrum

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Tinjauan Tentang Internet .....	7
2.2 Tinjauan Tentang Media Sosial .....	8
2.3 Tinjauan Tentang Facebook .....	9
2.3.1 Sejarah dan Pengertian Facebook .....	9
2.3.2 Fitur- Fitur Facebook .....	10
2.4 Tinjauan Tentang Tautan Berita .....	12
2.5 Tinjauan Tentang Tautan Berita pada Facebook .....	13

2.6 Tinjauan Tentang Minat Baca.....	14
2.7 Tinjauan Teori <i>New Media</i> .....	16
2.8 Kerangka Pikir Penelitian .....	20
2.9 Hipotesis .....	22
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	24
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.3 Populasi dan Sampel .....	25
3.3.1 Populasi .....	25
3.3.2 Sample.....	26
3.4 Jenis Sumber Data.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Pengolahan Data .....	29
3.7 Definisi Konsep.....	30
3.8 Definisi Operasional.....	31
3.9 Pengukuran Instrumen Penelitian .....	32
3.10 Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	33
3.10.1 Uji Validitas .....	33
3.10.2 Uji Reabilitas.....	34
3.11 Teknik Analisis Data .....	35
3.11.1 Analisis Data Deskriptif .....	35
3.11.2 Analisis Data Regresi Linear Sederhana .....	36



<b>IV. GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Umum Facebook .....	37
4.1.1 Latar Belakang Facebook .....	37
4.1.2 Situs Facebook.....	38
4.1.3 Fitur-Fitur Facebook.....	42
4.1.4 Deskripsi Tautan Berita .....	44
4.2 Gambaran Umum Pengguna Facebook PT Gajah Tunggal	46
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	51
5.1.1 Hasil Uji Validitas .....	51
5.1.2 Hasil Uji Reabilitas.....	53
5.2 Karakteristik Responden .....	55
5.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
5.3.1 Kategori Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y	56
5.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	60
5.5 Analisis Data .....	77
5.5.1 Koefisien Determinasi .....	77
5.5.2 Koefisien Regresi .....	78
5.6 Hipotesis.....	79
5.6.1 Uji F.....	79
5.7 Pembahasan.....	82

5.7.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
5.7.2 Rangkuman Hasil Penelitian .....	85
5.7.3 Pembahasan Tentang Kegunaan Penelitian.....	86
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran.....	89

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Definisi operasional .....	31
Tabel 2. Hasil uji validitas tautan berita pada Facebook (Variabel X) ..	52
Tabel 3. Hasil uji validitas minat membaca beritanya (Variabel Y).....	53
Tabel 4. Kategori data presentase nilai setiap variabel pada tiap item pertanyaan .....	57
Tabel 5. Penilaian pertanyaan pada variabel X.....	58
Tabel 6. Penilaian pertanyaan pada variabel Y .....	59
Tabel 7. Respon pertanyaan nomor 1.....	61
Tabel 8. Respon pertanyaan nomor 2.....	62
Tabel 9. Respon pertanyaan nomor 3.....	63
Tabel 10. Respon pertanyaan nomor 4.....	64
Tabel 11 Respon pertanyaan nomor 5.....	65
Tabel 12. Respon pertanyaan nomor 6.....	66
Tabel 13 Respon pertanyaan nomor 7.....	68
Tabel 14. Respon pertanyaan nomor 8.....	69
Tabel 15 Respon pertanyaan nomor 9.....	70
Tabel 16. Respon pertanyaan nomor 10.....	71

Tabel 17. Respon pertanyaan nomor 11.....	72
Tabel 18. Respon pertanyaan nomor 12.....	73
Tabel 19. Respon pertanyaan nomor 13.....	74
Tabel 20. Respon pertanyaan nomor 14.....	76
Tabel 21. Respon pertanyaan nomor 15.....	76
Tabel 22. Koefisien Determinasi.....	77
Tabel 23. Koefisien Regresi.....	78
Tabel 24. Hasil Uji F.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1 Grafik pengguna Media Sosial yang sering dikunjungi .....	2
Gambar 2 Grafik perangkat yang sering dipakai .....	3
Gambar 3 Grafik umur pengguna internet .....	4
Gambar 4 Kerangka pikir .....	22
Gambar 5 Halaman awal <a href="http://www.Facebook.com">http://www.Facebook.com</a> .....	37
Gambar 6 Profil The Facebook tahun 2005 .....	39
Gambar 7 Profil Facebook tahun 2007 .....	39
Gambar 8 Profil Facebook tahun 2011 .....	40
Gambar 9 Profil Facebook tahun 2013 .....	40
Gambar 10 Profil Facebook tahun 2017. ....	41
Gambar 11 Contoh tampilan tautan berita .....	44
Gambar 12 Contoh tampilan tautan iklan .....	44
Gambar 13 Contoh tampilan tautan status .....	45

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini banyak sekali kebutuhan dan gaya hidup masyarakat yang menimbulkan munculnya perkembangan dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu perkembangan teknologi internet. Kemajuan zaman yang telah memasuki era globalisasi, membuat manusia semakin aktif dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan teknologi internet. Dengan berkembangnya kemajuan teknologi internet, maka akan memudahkan masyarakat zaman sekarang untuk melakukan komunikasi jarak jauh dan mendapatkan suatu informasi dengan mudah dan cepat. Teknologi internet yang saat ini menjadi fenomena dan marak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat yaitu *social networking site* atau lebih dikenal dengan situs jejaring sosial.

Situs jejaring sosial hadir menjadi sesuatu yang digemari oleh banyak kalangan. Facebook merupakan salah satu contoh jejaring sosial yang paling banyak diminati oleh hampir seluruh lapisan masyarakat. Menurut data menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 pengguna media sosial yang sering dikunjungi yaitu media sosial Facebook dengan 71,6 juta jiwa.

(<https://apji.ori.id/survey2016> diakses pada tanggal 25 September 2017 pukul 19.00 wib).

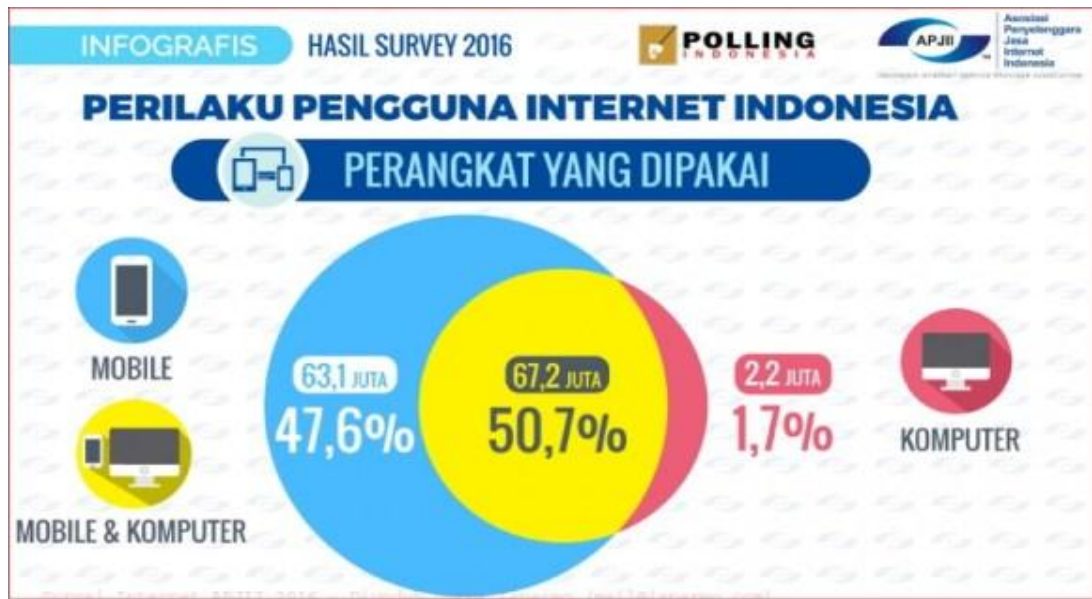


Gambar 1. Grafik pengguna media sosial yang sering dikunjungi

Dalam waktu sehari banyak orang yang melakukan *log in* Facebook lebih dari sekali. Hal ini menandakan bahwa orang-orang banyak yang menghabiskan waktunya untuk bermain Facebook. Berkembangnya teknologi internet ini tidak terlepas dari dampak positif dan negatif. Namun dampak positif maupun dampak negatif yang kelak muncul tentu bergantung pada niat dan perilaku tiap orang yang menggunakan situs jaringan sosial Facebook tersebut.

Media elektronik telah mengubah masyarakat secara radikal, Menurut McLuhan Pada intinya, McLuhan merasa bahwa masyarakat sangat bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan bahwa ketertiban sosial suatu

masyarakat didasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. (Richard West & Lynn H.Turner, 2010:139).



Gambar 2. Grafik perangkat yang sering dipakai

Masyarakat zaman sekarang telah bergantung kepada teknologi baru, seperti *smartphone*, komputer dan teknologi media baru lainnya. Seperti data yang telah didapat dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 perangkat yang sering dipakai oleh masyarakat yaitu *mobile* atau *smartphone* sebanyak 63,1 juta jiwa. Dengan adanya *smartphone* mereka diberikan kemudahan dalam kesehariannya seperti berkomunikasi jarak jauh, mencari informasi dan hiburan. Apalagi dengan hadirnya *smartphone* yang berbasis android dan IOS, mereka dapat mengakses internet dimanapun mereka berada.



Dalam Facebook terdapat beranda yang menampilkan sebuah *update* status, *update* foto atau video dari teman Facebook dan juga sebuah tautan atau *link* berita dari sebuah *website* resmi, maupun tidak resmi, ataupun tautan iklan produk atau jasa. Tautan berita pada Facebook memudahkan para penggunanya untuk mendapatkan suatu informasi.

Pada penelitian ini saya akan memfokuskan pada tautan berita yang ada pada beranda Facebook. Tautan berita pada Facebook ini yaitu berupa gambar dan teks jangkar (*anchor text*) yang menghubungkan kepada sebuah *website-website* yang berisikan berita-berita menarik maupun berita yang sedang hangat diperbincangkan. Dengan adanya tautan pada Facebook, masyarakat akan dapat lebih mudah untuk mendapatkan suatu berita atau informasi secara instan.



Gambar 3. Grafik Umur Pengguna Internet

Pada data pengguna internet berdasarkan pekerjaan menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2006 yaitu sebanyak 82,2 juta jiwa pekerja atau wiraswasta yang sering menggunakan internet. Dari data diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini pada buruh pabrik di PT Gajah Tunggal Tbk Jl.Gajah Tunggal, Desa Pasir Jaya, Kecamatan Jatiuwung, Tangerang yang difokuskan kepada buruh pabrik pria. Adapun alasan peneliti memilih buruh pria di PT Gajah Tunggal Tbk. karena di PT Gajah Tunggal Tbk. sebagian besar buruh pabriknya merupakan pria dan disana menyediakan *WiFi Hotspot Area* bagi pekerjanya. Setelah peneliti melakukan pra riset di PT Gajah Tunggal Tbk. yang didapatkan bahwa pekerja buruh pabrik pria banyak yang aktif mengakses media sosial Facebook dan membaca tautan berita pada beranda Facebook mereka, oleh karena itu peneliti memilih objek penelitian di PT Gajah Tunggal Tbk . Tangerang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Seberapa besar pengaruh tautan berita pada Facebook terhadap minat membaca beritanya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu :Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tautan berita pada Facebook terhadap minat membaca beritanya.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi kajian ilmu komunikasi khususnya dan ilmu sosial lain pada umumnya, serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berminat melakukan penelitian dengan teori media baru pada masa mendatang.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran penulis kepada khalayak masyarakat dalam memperluas wawasan dan mengembangkan pengetahuan tentang tautan berita pada Facebook.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Tinjauan Tentang Internet**

Internet merupakan jaringan komputer global yang menghubungkan sebuah komputer dengan komputer lain yang ada di seluruh dunia. Prinsip kerja sebuah internet adalah sebuah perangkat komputer dilengkapi alat yang disebut modem, lalu disambungkan ke sebuah saluran komunikasi untuk menghubungkan diri ke Operator Penyedia Jasa Internet lazim disebut ISP (Jasmadi, 2004 dalam Miantika (2012).

Dari sini dapat diperoleh akses ke internet untuk berhubungan dengan komputer pengguna internet lainnya. Untuk memahami dan menguasai internet kita tidak membutuhkan banyak waktu dan banyak biaya. Selain itu, kita juga tidak perlu berkutat dengan berbagai permasalahan teknis komputer, kita cukup memanfaatkannya saja untuk memperoleh informasi yang kita dibutuhkan. Adapun manfaat-manfaat internet adalah sebagai berikut:

#### **1. Bersifat global tanpa batas**

Semua aktivitas dan informasi di internet bersifat bebas tanpa batasan wilayah, aturan, maupun hambatan waktu, dengan luas jangkauan meliputi hampir di seluruh belahan dunia.

2. Tersedia berbagai macam informasi
3. Informasi di internet tersaji secara lengkap dan *up to date* yang mencakup berbagai aspek kehidupan.
4. Sarana komunikasi yang efektif dan efisien untuk berbagai keperluan.  
Fasilitas dan fungsi yang disediakan internet mampu menangani berbagai jenis jasa dan layanan komunikasi dengan tingkat kecepatan yang tinggi.
5. Biaya internet lebih ringan
6. Pemakaian internet dapat menekan biaya lain seperti telepon, fax, atau pos (Jasmadi, 2004).

## **2.2 Tinjauan Tentang Media sosial**

Media sosial adalah sebuah wadah atau tempat dimana orang dapat berkomunikasi melalui media online dan para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan dapat menciptakan isi yang berupa blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Para pengguna media sosial ini dapat berbagi informasi berupa kejadian, berbagi foto atau video, mencari teman dan menambah wawasan.

Menurut Phillip Kotler dan Keller (2012:568), sosial media atau jejaring sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi interaksi teks, gambar, audio dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Menurut Van Dijk mengutip apa yang dilakukan oleh Stanley Milgram, rata-rata setiap elemen dalam sebuah unit akan saling berkaitan dengan menurut *Six*

*degress of separation*, yang menyatakan bahwa manusia lain dengan paling banyak enam orang yang saling berkaitan. Sejak kemunculan *classmates.com* dan *sixdegrees.com* di pertengahan tahun 1990-an, maka berbagai jenis media sosial mulai bermunculan dan bahkan sudah spesifik ke bidang-bidang tertentu.

Tergantungnya kebutuhan manusia terhadap sosial media telah banyak membuat perusahaan-perusahaan teknologi dan informasi membuat aplikasi-aplikasi sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram dan masih banyak lagi aplikasi sosial media yang ada di era perkembangan moderen ini.

Media sosial ini menciptakan cara baru untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi. Sejak pertama kali diperkenalkan, media sosial telah mempunyai banyak pelanggan. Pengguna media sosial ini pun beragam, dari remaja sampai orang dewasa.

## **2.3 Tinjauan Tentang Facebook**

### **2.3.1 Sejarah dan Pengertian Facebook**

Facebook menurut Wikipedia Berbahasa Indonesia adalah sebuah situs layanan jejaring sosial atau media sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg, seseorang mahasiswa Harvard Collage. Pada awal masa kuliahnya, situs Facebook ini keanggotaannya masih dibatasi untuk mahasiswa dari Harvard College. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Universitas Boston, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern dan

semua sekolah yang termasuk dalam Ivy league. Sampai akhirnya, pada September 2006, Facebook membuka pendaftaran bagi siapa saja yang memiliki alamat email.(Rachmah, 2012: 7)

Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi penggunanya dan dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan Facebook sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakannya. Menurut Jubilee Enterprise (2010: 79), Indonesia merupakan salah satu pengguna Facebook terbesar dengan jumlah pengguna sekitar 17,6 juta orang.

### **2.3.2 Fitur-Fitur Facebook**

Banyak fitur yang ditawarkan Facebook sebagai layanan yang dapat digunakan oleh penggunanya dalam rangka memudahkan interaksi. Untuk lebih jelasnya, berikut fitur-fitur yang ada pada Facebook hingga tahun 2017:

#### **a. Umum**

*Chat, Credits, Comment, Easter eggs, Facebook Live, IPv6, Messages and Inbox, Networks, Group and Like Pages, Friends, Home, News Feed, Like, Notifications, Phone, Poke, Profil, Smartphones, Sponsor, Status Updates, URL shortener, Usernames, Wall.*

b. *Applications*

*Events, Games, Marketplace, Notes, Map, Platform, Questions, Photos, Videos.*

Disadur dari penelitian Lintang Patria dan Kristianus Yulianto (2010: 10), fitur fitur tersebut adalah:

1) Fitur *Group*

Layanan situs jejaring sosial atau media sosial Facebook dalam bentuk *group* ini gunanya untuk memudahkan dalam mengelompokkan suatu kumpulan orang yang mempunyai kesamaan tujuan. Selain itu dengan adanya fitur *group*, memudahkan dalam hal koordinasi dan bertukar informasi.

2) Fitur *update status* dan *comment wall-to-wall*

Fitur ini merupakan ineraksi *asynchronous*, yaitu interaksi dua arah secara tidak langsung dimana komunikasi ini akan terdokumentasi berdasarkan topik bahasa dan terurut secara waktu.

3) Fitur *note* atau *docs* pada *group*

Fitur ini sangat memudahkan pengguna dalam membuat dokumen baru pada Facebook, baik berupa informasi dengan lebih terstruktur dan rapi tanpa perlu membuka link baru.



#### 4) Fitur *share link/photo/video*

Tujuan dari fitur ini adalah memudahkan pengguna dalam berbagi informasi. Siapapun dapat dengan mudah berbagi tautan atau *link/photo/video* tentang segala informasi.

#### 5) Fitur *Group Chatting*

Aktivitas yang dilakukan pada fitur ini merupakan interaksi dua arah secara langsung atau yang disebut dengan *synchronous* yang terjadi pada sebuah *group*. Fitur ini merupakan layanan yang paling memudahkan diskusi maupun bertukar informasi dengan cepat karena anggota *group* dapat berinteraksi secara langsung dengan sesama anggota *group* tersebut yang sedang *online*.

## 2.4 Tinjauan Tentang Tautan Berita

Pengertian tautan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti kaitan atau hubungan. Sedangkan berita menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang sedang hangat atau suatu laporan atau pengumuman. (Alwi, Hasan. 2007. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.)

Secara sosiologis, berita adalah semua hal yang terjadi di dunia. Dalam gambaran yang sederhana, seperti dilukiskan dengan baik oleh para pakar jurnalistik, berita adalah apa yang ditulis surat kabar, apa yang disiarkan radio dan apa yang ditayangkan televisi. Berita menampilkan fakta, tetapi tidak setiap fakta

merupakan berita. Berita biasanya menyangkut orang-orang tetapi tidak setiap orang bisa dijadikan berita. Berita merupakan sejumlah peristiwa yang terjadi di dunia, tetapi hanya sebagian kecil saja yang dilaporkan.  
 (<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/20229/Chapter%20II.pdf;jsessionid=2B65137F88F69C41FF3ACA57A8962D8D?sequence=4>)

Tautan berita yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu tautan atau *link* pada media sosial Facebook. Tautan atau *link* yang dimaksud yaitu berupa gambar dan teks jangkar (*anchor text*) yang menghubungkan kepada sebuah *website-website* yang berisikan berita-berita menarik maupun berita yang sedang hangat diperbincangkan.

## 2.5 Tinjauan Tentang Tautan Berita pada Facebook

Tautan merupakan gambar dan teks jangkar (*anchor text*) yang menghubungkan kepada sebuah *website-website* yang berisikan berita-berita menarik maupun berita yang sedang hangat diperbincangkan. Tautan terdapat banyak jenis diantaranya tautan berita, tautan iklan, tautan status teman atau tautan foto.

Pada tahun 2017 Facebook banyak membuat perubahan pada tampilannya dan banyak fitur- fitur tentang tautan seperti berikut:

### 1. Tautan berita

Tautan berita berisikan tentang berita-berita yang sedang hangat diperbincangkan. Tautan berita pada Facebook ini berasal dari *link-link* yang

resmi maupun tidak resmi. Tampilan yang terlihat pada tautan berita selalu berisikan *headline* dan gambar yang terkait dengan isi berita sehingga menarik perhatian pengguna Facebook untuk membacanya.

## 2. Tautan Iklan

Tautan iklan biasanya memperkenalkan suatu produk atau jasa yang sedang melakukan promo atau memberikan diskon dan menawarkan produk baru.

## 3. Tautan Status

Tautan status yang berasal dari status pengguna Facebook biasanya memberikan informasi informasi tentang pribadi mereka atau informasi lainnya.

### **2.6 Tinjauan Tentang Minat Membaca**

Minat membaca merupakan perpaduan antara keinginan, kemauan, dan motivasi. Motivasi membaca mengandung pengertian kekuatan dalam diri yang mampu menarik perhatian individu untuk melakukan aktivitas membaca buku, memahami informasi dan makna yang terkandung dalam bahasa tertulis. Secara umum yang dimaksud dengan minat baca dapat dikaitkan sebagai dorongan yang timbul, gairah atau keinginan besar pada diri manusia yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada kegiatan membaca.

Menurut Farida Rahim (2008: 28) Minat Baca adalah keinginan yang kuat disertai usaha-usaha seseorang untuk membaca. Seseorang yang mempunyai minat membaca yang kuat akan diwujudkan dalam kesediannya untuk mendapat bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadarannya sendiri.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat membaca adalah suatu rasa lebih suka dan rasa lebih ketertarikan pada kegiatan membaca yang ditunjukkan dengan keinginan, kecenderungan untuk memperhatikan aktivitas tersebut tanpa ada yang menyuruh atau dilakukan dengan kesadarannya, diikuti dengan rasa senang serta adanya usaha-usaha seseorang untuk membaca tersebut dilakukan karena adanya motivasi dari dalam diri. Seseorang yang mempunyai minat membaca yang kuat akan diwujudkan dalam kesediannya untuk mendapat bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadarannya sendiri sehingga diperoleh makna yang tepat menuju pemahaman yang dapat diukur. (Merliansyah, 2016:12)

Kegiatan membaca tidak hanya membaca buku, melainkan membaca artikel yang ada di internet. Membaca bisa dilakukan dimana saja. Dengan perkembangan zaman sekarang. Orang-orang tidak perlu susah payah mencari informasi mereka bisa menggunakan smartphone mereka untuk mencari informasi atau berita. Pada tinjauan ini maka penulis memfokuskan penelitian hanya pada tautan berita yang ada pada beranda Facebook.

## 2.7 Tinjauan Teori *New Media*

*New Media* merupakan digitalisasi dimana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan jaman mengenai teknologi dan pengetahuan, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. (Putri, 2014: 14).

Abad ke- 20 dapat digambarkan sebagai zaman pertama media massa. Abad ini juga ditandai dengan berubahnya ketakjuban maupun ketakutan atas pengaruh media massa. Walaupun terjadi perubahan yang besar dalam lembaga dan teknologi media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya ilmu komunikasi, perdebatan publik mengenai signifikansi sosial yang potensial dari media sepertinya tidak terlalu berubah. Penggambaran isu yang muncul selama dua atau tiga dekade awal pada abad ke-20 lebih dari sekedar kepentingan sejarah dan pemikiran awal memberikan poin rujukan untuk memahami masa kini. (McQuail, 2011: 56).

Media massa berkembang dengan begitu cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru. Istilah ‘media baru’ telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam.

Menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011: 43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individual sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada diman-mana.

Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali obyek-obyek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan dan memasukkan subjek moderen atau akhir moderen ke dalam mesin aparat yang berjaringan. (McQuail, 2011: 151).

Peubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru yakni:

1. Digitalisi dan konvergensi atas segala aspek media.
2. Interaksi dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.
3. Mobilitas dan deklokasi untuk mengirim dan menerima.
4. Adaptasi terhadap peranan publikasi khalayak.
5. Munculnya beragam bentuk baru 'pintu' (*gateway*) media.
6. Pemisahan dan pengaburan dari 'lembaga media'.

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasinya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan komputer atau laptop saja tetapi kini dapat mengaksesnya melalui handphone dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider telepon seluler.

### **2.7.1 Ciri-Ciri dan Karakteristik**

Segala bentuk media baru sudah terbukti dapat memudahkan banyak orang, terutama dalam bidang komunikasi dan informasi. Tetapi tak banyak yang mengetahui ciri-ciri media baru yang saat ini hampir semua orang menggunakannya. Berikut adalah ciri-ciri media baru menurut Denis McQuail (2011):

- 1) Adalah saling keterhubungan (interkonetivitas)
- 2) Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan
- 3) Interaktivitasnya
- 4) Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka

## 5) Sifatnya yang ada dimana-mana

Tidak hanya memiliki ciri-ciri, tetapi media baru memiliki karakteristik, dimana karakteristik ini adalah gambaran spesifik pembeda media baru dengan media lainnya, yaitu:

### 1. Digital

Digital merupakan syarat wajib untuk dapat dikategorikan sebagai media baru, berbeda dengan yang lalu, pada media baru, semuanya tersimpak dalam digital.

### 2. Interaktif

Kebebasan dalam berinteraksi adalah syarat wajib juga untuk dikategorikan sebagai media baru, user pada media baru tidak hanya memberikan pesan namun juga dapat menerima pesan saat itu juga.

### 3. *Hypertextual*

Merupakan potongan kata-kata yang akan masuk ke laman yang akan dituju saat kita klik. Contoh: penggunaan google, yang memudahkan orang untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

### 4. Virtual

Adalah sesuatu yang dapat diartikan “tidak nyata”. Tidak nyata yang dimaksud adalah tidak terdapat wujud fisiknya. Contoh: saat menggunakan foto profil pada sebuah akun aplikasi sosial media, foto yang terpasang adalah wajah kita saja melainkan bukan wujud kita yang sebenarnya.



## 5. Jaringan

Sebuah internet tidak dapat berguna jika tidak terdapat user/penggunanya. Dalam hal ini internet dapat menyebabkan sebuah hubungan antar satu pengguna, dengan pengguna lain.

### 2.8 Kerangka Pikir Penelitian

Informasi menjadi salah satu kebutuhan penting di era modernisasi saat ini. Teknologi yang semakin berkembang memungkinkan setiap orang mendapatkan informasi dari belahan dunia dengan sangat cepat, informasi tidak hanya didapatkan dari media massa (seperti : koran, tv, radio dan buku) melainkan pula dapat melalui media online. Kecanggihan teknologi yang didukung dengan kemunculan internet (*New Media*) menjadikan segala kebutuhan manusia dapat terpenuhi hanya dalam waktu sekejap saja. Penggunaan internet sebagai sumber informasi tidak dapat diragukan lagi.

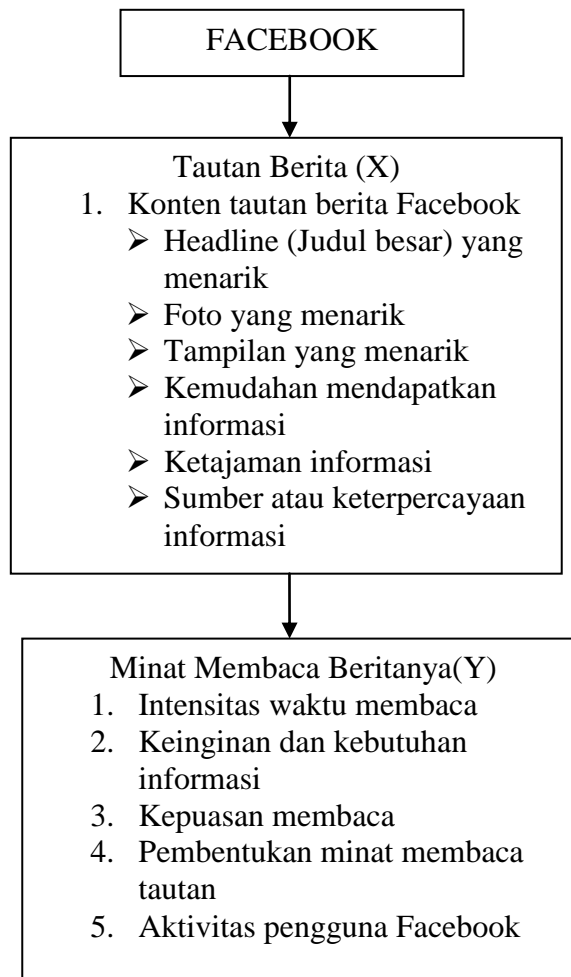
Ketersediaan beragam pilihan media yang tersedia di internet memungkinkan masyarakat mendapatkan informasi yang lebih banyak. Informasi yang tadinya sulit diperoleh saat ini sudah bukan sesuatu yang sulit lagi. Dengan adanya tautan berita pada media sosial Facebook yang terpampang pada beranda akun mereka akan memudahkan untuk mendapatkan informasi baru.

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di

kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi.

Dengan adanya tautan berita pada Facebook memudahkan pembaca Facebook untuk mendapatkan suatu informasi secara instan. Kaitan tautan berita pada Facebook dengan media baru yaitu Facebook merupakan suatu media baru yang mengharuskan pengguna Facebook untuk memakai digital, baik melalui komputer maupun melalui *smartphone* dan mengharuskan adanya internet. Digital dan internet merupakan ciri-ciri media baru.

Kerangka pikir yang melandasi penelitian ini dapat dirumuskan dalam bagan berikut:



Gambar 4. Kerangka Pikir

## 2.9 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir diatas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian. Kesimpulan ini dianggap juga sebagai perumusan hipotesis. Perumusan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

$H_0$ : Tidak ada pengaruh tautan berita terhadap minat membaca tautan berita pengguna Facebook.

$H_a$ : Terdapat pengaruh tautan berita terhadap minat membaca tautan berita pengguna Facebook.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan analisis statistik. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian untuk memperoleh informasi data yang dibutuhkan dalam penelitian tersebut. (Sugiyono, 2010:24).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian ini yaitu metode survey, karena pada penelitian ini peneliti mengumpulkan informasi dari sekelompok besar orang untuk mendeskripsikan beberapa karakteristik tertentu seperti sikap, kepercayaan, pengetahuan dari populasi dan penggunaan survey cukup efisien dapat menghimpun informasi yang dapat dipercaya. Metode survey yaitu mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Masri Singarimbun, 1995: 3).

Metode survey adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya, dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili sejumlah populasi tertentu (Kriyantono, 2007: 60).

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.

Populasi menurut Jalaludin Rahmat adalah kumpulan obyek penelitian yang dapat berupa orang, organisasi, kelompok, buku-buku, kata-kata, surat kabar dan lain-lain (Nawawi, 2001: 141).

Adapun kriteria pengambilan populasi penelitian adalah sebagai berikut: populasi yang ditentukan adalah buruh pabrik pria di PT. Gajah Tunggal Tbk Tangerang yang mempunyai akun media sosial, karena sesuai dengan data pada Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang paling banyak menggunakan Facebook merupakan pekerja berumur 18-26 tahun dan buruh pabrik biasanya membuka Facebook pada waktu luang ketika mereka sedang beristirahat. Sehingga peneliti menentukan populasinya buruh pabrik pria di PT. Gajah Tunggal Tbk Tangerang.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengingat tingginya populasi, maka peneliti menganggap perlu untuk menetapkan satuan contoh atau sampel. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling*, yaitu adalah suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dimana anggota populasi dipilih sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian sebagai sampel.

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Mempunyai akun Facebook.
- b. Pengguna aktif Facebook
- c. Memperhatikan tautan berita pada beranda Facebook.
- d. Pernah membaca tautan berita pada beranda Facebook minimal seminggu sekali.

Dikarenakan jumlah populasi yang terlalu banyak, Oleh karenanya penulis mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan syarat bagian tersebut yang diambil dapat mewakili bagian yang lain.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, seperti berikut :

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

Keterangan:

- N = Sampel
- N = Populasi
- e = Tarif Kesalahan eror sebesar 0,10 (10%)
- 1 = Bilangan konstan

(Sangadji, 2010: 189)

Apabila sampel eror sebesar 10% maka besar sampel penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{15.220}{1+15.220(0,10)^2} = \frac{15.220}{153,2} = 99,34 \text{ atau sebanyak 100 Orang.}$$

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, penelitian dengan batas kesalahan 5% berarti memiliki tingkat akurasi 95%. Penelitian dengan batas kesalahan 2% memiliki tingkat akurasi 98%. Dengan jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan, semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.



### 3.4 Jenis Sumber Data

Sumber data penelitian ini meliputi:

1. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dari lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2005:122). Data primer dalam penelitian ini diperoleh menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden yang kemudian dikembalikan kepada peneliti (Bungin, 2005:123). Bentuk umum sebuah kuesioner terdiri dari bagian pendahuluan berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas berisikan identitas responden, kemudian baru memasuki bagian isi angket. Data primer, data yang diperoleh langsung dari penelitian di lapangan berupa kuesioner-kuesioner yang dibagikan kepada responden.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan (Bungin, 2005:122). Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari pihak lain dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan observasi. Teknik dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang diperoleh dari catatan yang telah tersedia atau telah dibuat oleh pihak lain. Teknik observasi dan wawancara responden secara langsung

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik teknik sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Data dokumentasi diperoleh dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari catatan yang telah tersedia atau telah dibuat oleh pihak lain seperti buku, artikel dan juga dari situs-situs internet.

2. Observasi

Data diperoleh dari hasil pengamatan secara langsung ke PT. Gajah Tunggal Tbk.

3. Kuesioner

Data diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner yang berisikan daftar pertanyaan mengenai indikator-indikator penelitian yang telah dijabarkan dalam definisi operasional.

### 3.6 Teknik Pengolahan Data

Setelah mengumpulkan data dari lapangan, maka tahap selanjutnya adalah mengadakan pengolahan data. Adapun kegiatan pengolahan data dilakukan dengan teknik-teknik sebagai berikut:

1. *Editing*

Merupakan penelitian ulang data-data yang diperoleh mengenai kelengkapan jawaban, kejelasan tulisan, serta kesesuaian antara jawaban yang lain.

## 2. *Koding*

Merupakan tahapan dimana jawaban responden diklasifikasikan menurut jenis pertanyaan dengan jalan memberi tanda pada tiap-tiap data termasuk dalam kategori yang sama dalam bentuk angka.

## 3. *Tabulasi*

Merupakan pengelompokkan jawaban-jawaban yang serupa secara teratur dan sistematis berdasarkan kategori tertentu dalam bentuk tabel.

### **3.7 Definisi Konsep**

Menurut Hanitidjo (1995:25) kerangka konsep merupakan kerangka yang menggambarkan hubungan antar konsep-konsep khusus yang diteliti. Suatu konsep bukan merupakan suatu gejala yang diteliti, tetapi merupakan abstrak dari gejala tersebut. Gejala ini biasanya dinamakan fakta, sedangkan konsep merupakan suatu uraian mengenai hubungan-hubungan dalam fakta tersebut.

Definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Tautan berita

Merujuk pada tautan berita yang ada pada beranda Facebook pengguna.

#### 2. Minat membaca berita pengguna Facebook

Merupakan suatu perpaduan antara keinginan, kemauan, dan motivasi yang ditandai dengan aksi dan reaksi untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud adalah keinginan atau kemauan untuk membaca tautan berita pada pengguna Facebook.

### 3.8 Definisi operasional

Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama (Singarimbun, 1995: 46).

**Tabel 1. Definisi operasional**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Tautan berita	Konten tautan berita	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Headline tautan berita yang menarik</li> <li>2. Gambar tautan berita yang menarik</li> <li>3. Tampilan tautan berita yang menarik</li> <li>4. Kemudahan mendapatkan informasi dari tautan berita</li> <li>5. Sumber berita atau keterpercayaan informasi tautan berita</li> <li>6. Ketajaman informasi tautan berit</li> </ol>	Likert
Minat membacanya	Intensitas waktu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi membaca tautan berita</li> <li>2. Durasi membaca tautan berita</li> </ol>	Likert
	Keinginan dan kebutuhan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keinginan membaca tautan berita</li> <li>2. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi baru</li> </ol>	Likert
	Kepuasan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan mendapatkan informasi dari tautan berita</li> </ol>	Likert
	Pembentukan minat membaca	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan yang disajikan tautan berita dapat membentuk minat baca</li> </ol>	Likert

		2. Seringnya membaca tautan berita membentuk minat baca	
	Aktivitas pengguna Facebook	1. Menyukai tautan berita 2. Membagikan tautan berita	Likert

### 3.9 Pengukuran Instrumen Penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yaitu skala yang menyatakan peringkat dan jarak konstruk dari yang diukur. Skala ordinal tidak hanya menyatakan urutan preferensi, tetapi juga mengukur jarak antara pilihan satu dengan lainnya (Sanusi, 2011:56 dalam A. Moh. Mentarifajar, 2013).

Skala untuk instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010:93).

Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner diukur dengan tingkatan sebagai berikut:

Jawaban Sangat Sering (SS)	diberi bobot 5
Jawaban Sering (S)	diberi bobot 4
Jawaban Kadang-kadang (KK)	diberi bobot 3
Jawaban Hampir tidak pernah (HTP)	diberi bobot 2
Jawaban Sangat Pernah (TP)	diberi bobot 1

Instrumen penelitian (kuesioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu

dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas dan reliabilitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarakan untuk mendapatkan data penelitian yang valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (kuesioner).

### 3.10 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

#### 3.10.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur validitas angket dalam penelitian digunakan rumus Korelasi Product Moment (Arikunto, 2010:211-214):

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

$r_{xy}$ : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y  
 $n$  : Jumlah Sampel  
 $X$  : Skor Variabel X  
 $Y$  : Skor Variabel Y  
 (Arikunto, 2002: 160)

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen dalam penelitian berupa pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan pada 100 orang responden, yaitu objek utama penelitian ini yang merupakan pengguna Facebook.

### 3.10.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur data karena instrumen tersebut telah baik. Reliabilitas merujuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen tersebut sudah baik. (Arikunto, 1996: 170). Instrumen yang baik tidak akan mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali diambil pun data tersebut akan sama. Reliabel artinya dapat dipercaya. Jadi dapat diandalkan (Arikunto, 2010:221).

Untuk mengukur tingkat reabilitas kuesioner, digunakan rumus alpha sebagai berikut:

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

Keterangan :

$\alpha$  : Nilai reliabilitas

$\sum \alpha n^2$  : Nilai varians total

k : Jumlah Item Pertanyaan

$\sum \alpha b^2$  : Nilai varians masing-masing item

(Arikunto,2002:171)

### 3.11 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisa data menurut Sugiyono (2011:147) merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

#### 3.11.1 Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, menurut Sekaran (2006:158) analisis deskriptif yaitu digunakan untuk mengetahui dan menjadi mampu menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Penulis menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui bagaimana pengaruh tautan berita pada Facebook terhadap minat membaca tautan berita pengguna Facebook PT Gajah Tunggal Tbk, Jatiuwung, Tangerang melalui pengukuran angket dan kuesioner.



### 3.11.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2012: 154) regresi linear sederhana digunakan untuk judul penelitian yang terdiri atas satu variabel independen dan satu variabel dependen. Mengacu pada tujuan dan hipotesis penelitian model analisis yang digunakan adalah analisis linear sederhana. Pengguna analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu antara tautan berita pada media sosial Facebook (X) terhadap minat membaca beritanya(Y).

Dengan menggunakan persamaan regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$y = a + b x$$

y = Variabel Terikat

a = Intercept atau Konstanta

x = Variabel Bebas

b = Koefisien Regresi

## **IV. GAMBARAN UMUM**

### **4.1 Gambaran Umum Facebook**

#### **4.1.1 Latar Belakang Facebook**

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dimiliki dan dioperasikan oleh Facebook Inc. Pada September 2012 Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".(Rachmah, 2012: 7).

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. Keanggotaan situs web

ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke perguruan lain di Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa di universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun. (Rachmah, 2012: 7)

#### 4.1.2 Situs Facebook

Ketika pertama kali log in di <http://www.Facebook.com>, maka akan muncul gambar dengan tampilan berwarna biru. Bagi mereka yang belum punya Facebook dan memiliki alamat *email* yang masih aktif dan ingin menjadi *user* Facebook cukup dengan mengisi data pada kolom-kolom yang disediakan. Namun bagi sudah memiliki akun tinggal mengisi alamat *email* dan kata sandi pada kolom pada kolom yang telah disediakan lalu mengklik tombol *log in*.



Gambar 5. Halaman awal <http://www.Facebook.com>

Setelah pengguna *log in*, maka pengguna dapat berinteraksi dengan sesama teman Facebook serta memanfaatkan semua fitur-fitur yang ada. Pengguna dapat membuat profil dilengkapi foto, daftar ketertarikan pribadi, informasi kontak, dan informasi pribadi lain. Pengguna dapat berkomunikasi dengan teman dan pengguna lain melalui pesan pribadi atau umum dan fitur obrolan. Mereka juga dapat membuat dan bergabung dengan grup ketertarikan dan "halaman kesukaan" (dulu disebut "halaman penggemar" hingga 19 April 2010), beberapa di antaranya diurus oleh banyak organisasi dengan maksud beriklan.

Untuk mencegah keluhan tentang privasi, Facebook mengizinkan pengguna mengatur privasi mereka dan memilih siapa saja yang dapat melihat bagian-bagian tertentu dari profil mereka. Situs web ini gratis untuk pengguna dan mengambil keuntungan melalui iklan seperti iklan spanduk. Facebook membutuhkan nama pengguna dan foto profil (jika ada) agar dapat diakses oleh setiap orang. Pengguna dapat mengontrol siapa saja yang dapat melihat informasi yang mereka bagikan, juga menemukannya melalui pencarian dengan memanfaatkan pengaturan privasi.



Gambar 6. Profil TheFacebook tahun 2005



Gambar 7. Profil Facebook tahun 2007



Gambar 8. Profil Facebook tahun 2011.



Gambar 9. Profil Facebook tahun 2013



Gambar 10. Profil Facebook tahun 2017

### 4.1.3 Fitur-Fitur Facebook

Pada tahun 2016 Facebook banyak membuat perubahan pada tampilannya dan banyak fitur- fitur baru seperti berikut ini:

#### a. Tautan

Tautan merupakan gambar dan teks jangkar (*anchor text*) yang menghubungkan kepada sebuah website-website yang berisikan berita-berita menarik maupun berita yang sedang hangat diperbincangkan. Tautan terdapat banyak jenis diantaranya tautan berita, tautan iklan, tautan status teman atau tautan foto.

b. *Live Video Streaming*

Pada akhir tahun 2016 ini Facebook meluncurkan fitur baru yang disebut *live* dirancang untuk memungkinkan para pengguna Facebook melakukan streaming video.

c. *Mention app*

Sebuah aplikasi untuk pengguna yang terverifikasi, Memperluas fungsi *Mention app*, Facebook memberikan fitur baru pengguna dengan akun terverifikasi, termasuk wartawan, untuk dapat berinteraksi langsung dengan pengikut mereka dan berbagi konten.

d. Facebook *notes* dengan fitur

Facebook memang telah lama memiliki aplikasi catatan atau *notes*, namun baru beberapa waktu ini Facebook melengkapinya dengan fitur-fitur baru layaknya sebuah blogging CMS. Fitur Notes saat ini memberikan banyak pilihan, seperti format huruf yang lebih kaya, fitur menambahkan foto sampul di bagian atas posting. Foto, header, daftar/list dan lain sebagainya.

e. Video 360 derajat

Facebook diperbarui lini masanya dengan mendukung postingan atau status untuk video 360 derajat.



f. Foto profil berupa video

Facebook memungkinkan penggunanya untuk menggunakan video pendek sebagai foto profil. Fitur ini dapat digunakan untuk mengatur foto profil terkait momen tertentu atau gambar aktivitas lain seperti perayaan ulang tahun, *anniversary* dan hari raya

#### 4.1.4 Deskripsi Tautan Berita

Tautan merupakan gambar dan teks jangkar (*anchor text*) yang menghubungkan kepada sebuah *website-website* yang berisikan berita-berita menarik maupun berita yang sedang hangat diperbincangkan. Tautan terdapat banyak jenis diantaranya tautan berita, tautan iklan, tautan status teman atau tautan foto.

Pada tahun 2017 Facebook banyak membuat perubahan pada tampilannya dan banyak fitur- fitur tentang tautan seperti berikut:

##### 1. Tautan berita

Tautan berita berisikan tentang berita-berita yang sedang hangat diperbincangkan. Tautan berita pada Facebook ini berasal dari *link-link* yang resmi maupun tidak resmi. Tampilan yang terlihat pada tautan berita selalu berisikan headline dan gambar yang terkait dengan isi berita sehingga menarik perhatian pengguna Facebook untuk membacanya.



Gambar 11. Contoh Tampilan Tautan Berita

## 2. Tautan Iklan

Tautan iklan biasanya memperkenalkan suatu produk atau jasa yang sedang melakukan promo atau memberikan diskon dan menawarkan produk baru.



Gambar 12. Contoh Tampilan Tautan Iklan

### 3. Tautan Status

Tautan status yang berasal dari status pengguna Facebook biasanya memberikan informasi informasi tentang pribadi mereka atau informasi lainnya.



Gambar 13. Contoh Tampilan Tautan Status

#### 4.2 Gambaran Umum Pengguna Facebook di PT Gajah Tunggal Tbk.

Para buruh pabrik di PT Gajah Tunggal Tbk. sebagian besarnya merupakan buruh pria yang berumur 18 sampai dengan 55 tahun. Hampir seluruh dari buruh pabrik pria PT Gajah Tunggal mempunyai *smartphone* untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Macam-macam jenis pengguna *smartphone* para buruh pabrik PT Gajah Tunggal Tbk, ada yang mempunyai *smartphone* untuk memudahkan komunikasi dengan kerabat dan temannya yang jauh, memudahkan

dalam berbelanja *online* dan untuk memudahkan bertransportasi maksudnya yaitu untuk memesan jasa transportasi *online*, ada juga yang menggunakan *smartphone* untuk mengetahui dunia luar atau mencari informasi, ada juga yang menggunakan *smartphone* hanya untuk mendengarkan musik dan bermain *game* dan ada yang menggunakan *smartphone* hanya untuk bergaya.

Pada zaman sekarang masyarakat Indonesia sangat bergantung kepada teknologi media begitu pula dengan buruh pabrik pria di PT Gajah Tunggal Tbk dan dengan hadirnya situs jejaring sosial membuat para buruh pria di PT Gajah Tunggal Tbk ikut serta menggunakannya. Salah satunya yaitu situs jejaring sosial yang sangat digemari oleh banyak kalangan yaitu situs media sosial Facebook.

Dengan menggunakan *smartphone* para buruh pria di PT Gajah Tunggal Tbk dapat mengakses Facebook untuk memenuhi kebutuhannya seperti melakukan komunikasi jarak jauh, mencari hiburan dan juga mendapatkan informasi melalui tautan berita yang ada pada beranda Facebook.

Sebelum menyebarkan kuesioner kepada responden, peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke PT. Gajah Tunggal Tbk. yang terletak di Desa Pasir Jaya, Kecamatan Jatiuwung, Kabupaten Tangerang pada tanggal 29 Mei 2017 pada jam istirahat mereka yaitu jam 12.00 siang. Peneliti melakukan pengamatan dengan mewawancarai sebagian responden buruh pabrik pria yang mempunyai aplikasi Facebook pada *smartphone* nya dan aktif menggunakan media sosial Facebook.

Dari hasil pengamatan secara langsung tersebut didapatkan bahwa buruh pria di PT Gajah Tunggal Tbk. yang aktif menggunakan media sosial Facebook yaitu berumur 18- 24 tahun. Pengguna Facebook pria di PT Gajah Tunggal Tbk menggunakan *smartphone* yang berbasis android dan juga IOS dengan layar sentuh dan bisa mengakses internet dimanapun mereka berada. Seluruh responden yang saya amati secara langsung mereka mempunyai media sosial Facebook yang telah diunduh pada *smartphone* nya sehingga mereka bisa membaca tautan berita yang ada pada beranda Facebooknya.

Para pengguna Facebook di PT. Gajah Tunggal ini biasanya membuka Facebook pada jam istirahat kerja dan pulang kerja ataupun ketika mereka sedang bersantai di rumah maupun di pabrik dengan menggunakan *smartphone*. Biasanya mereka meluangkan waktu mereka sekitar setengah jam sampai satu jam pada jam istirahatnya untuk membuka Facebook dan sekitar satu jam sampai dua jam ketika pulang kerja atau ketika sedang santai dirumahnya. Mereka menggunakan Facebook untuk menjalin komunikasi dengan teman jarak jauh, mencari informasi dan berita terhangat, meng-*upload* foto atau video dan juga membuat status pada akun Facebooknya.

Media sosial Facebook merupakan media social yang sangat populer pada zaman sekarang. Para buruh pria di PT. Gajah Tunggal Tbk lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk bermain Facebook ketika sedang santai. Beberapa pengguna Facebook di PT. Gajah Tunggal Tbk ini hanya menggunakan akun media sosial

Facebooknya untuk menjalin komunikasi dengan teman jarak jauh saja, beberapa dari mereka tidak terlalu memperhatikan tautan-tautan yang ada pada beranda Facebooknya, tetapi banyak juga pengguna Facebook di PT Gajah Tunggal yang membuka Facebook untuk mencari informasi dan berita terhangat dengan membaca tautan berita yang ada pada beranda Facebooknya.

Para pengguna Facebook di PT Gajah Tunggal yang membaca tautan pun berbagai macam kebutuhannya, ada pengguna Facebook yang membuka media sosial Facebook untuk membaca tautan status, dengan membaca tautan status dari teman Facebooknya untuk mendapatkan informasi pribadi temannya, ada juga pengguna Facebook yang membuka akun media sosial Facebook untuk membaca tautan iklan untuk mendapatkan informasi tentang suatu produk atau jasa yang sedang mereka butuhkan maupun untuk hanya sekedar ingin tahu.

Ada juga pengguna Facebook yang membuka akun Facebooknya untuk membaca tautan berita untuk mencari informasi terbaru, para pengguna Facebook PT Gajah Tunggal membaca tautan berita agar tidak ketinggalan berita dan menambah wawasan mereka, mereka juga membaca tautan untuk mencari hiburan, karena berita yang ada pada tautan berita penyajiannya membuat pengguna Facebook ingin tahu mulai dari gambar maupun judul besar pada beritanya. Ada juga pengguna Facebook PT Gajah Tunggal Tbk untuk mengisi waktu luang, mencari sumber informasi untuk mengumpulkan data dan juga informasi untuk membuat artikel yang akan mereka bagikan lagi pada beranda Facebooknya kepada teman-temannya.

Pada hasil observasi dan wawancara secara langsung kepada responden PT. Gajah Tunggal tersebut peneliti selanjutnya menyebarkan kuesioner-kuesioner kepada 100 orang responden yang telah peneliti amati dan sesuai dengan kriteria-kriteria sampel responden seperti mempunyai akun Facebook, aktif menggunakan Facebook, memperhatikan beranda Facebook dan membaca tautan berita yang ada pada beranda Facebook yang menggunakan smartphone yang berbasis android maupun IOS yang bisa digunakan untuk mengakses internet.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan mengenai pengaruh tautan berita pada media sosial Facebook terhadap minat membaca tautan berita pengguna Facebook buruh pria di PT Gajah Tunggal Tbk, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tautan berita pada media sosial Facebook terhadap minat membaca tautan berita pengguna Facebook di PT Gajah Tunggal Tbk secara umum berpengaruh dan besarnya pengaruh tautan berita pada Facebook terhadap minat membaca beritanya sebesar 10,40%. Sementara sisanya yaitu 80,60% dari faktor lain yang tidak menjadi bagian dalam penelitian ini. Faktor lainnya bisa seperti membaca berita *online* lainnya ataupun membaca berita di koran ataupun media cetak lainnya
2. Derajat keeratan atau tingkat hubungan antara variabel X yaitu tautan berita pada Facebook terhadap minat membaca beritanya di PT Gajah Tunggal Tbk berapa pada kategori rendah. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan nilai korelasi antara variabel tautan berita pada Facebook sebesar 0,322 yang masuk pada rentang 0,20-0,399 dan masuk pada kategori rendah.



## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pekerja pria PT.Gajah Tungal Tbk, dalam rangka meningkatkan wawasan dan pengetahuan mereka, hendaknya menaikkan frekuensi membaca tautan berita pada media sosial Facebook atau meluangkan waktu lebih banyak untuk membaca tautan berita pada media sosial Facebook untuk mendapatkan suatu informasi dan berita yang lebih banyak sehingga tidak ketinggalan berita.
2. Bagi pihak Facebook, dalam rangka meningkatkan minat membaca berita pengguna Facebook, hendaknya merubah tampilan tautan berita yang lebih menarik lagi supaya tautan berita pada media sosial Facebook dapat disukai dan dibagikan pengguna Facebook pada teman-teman Facebooknya dan bisa lebih bermanfaat bagi pengguna Facebook.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Biagi, Shirley. 2010. *Media / Impact Pengantar Media Massa: Media / Impact An Introduction to Mass Media*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Depdiknas . 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Enterprise, Jubilee. (2010). *Facebook Goes to School*. Jakarta: PT. Elex Media. Komputindo.
- Farida Rahim. 2008. *Pengajaran Membaca di Sekolah Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hanitijo, Ronny. 1995. *Metodologi Penelitian Hukum Dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia.
- Jasmadi, 2004. *Panduan praktis menggunakan fasilitas internet: surfing, email, chatting, e-card & download*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kriyantono, Rachmat, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Patria, Lintang & Kristianus Yulianto. 2010. *Pemanfaatan Facebook untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar Online Secara Mandiri*. Makalah tidak diterbitkan.
- Richard West, Lynn H. Turner. 2010. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelititan Survei*. LP3S, Jakarta
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian KUANTITATIF: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta. KENCANA.

Soehartono, Irawan. 2002. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Soentoro, Ali Idris (2015). *Cara Mudah Belajar Metodologi Penelitian Bisnis*. Depok: CV Taramedia.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

### **Sumber Skripsi:**

Miantika. 2012. Pengaruh Kecanduan Facebook Terhadap Kepuasan Penggunaannya (Studi Pada Pengaruh Fitur Facebook Mahasiswa Reguler dan D3 Fisip Universitas Lampung)

Nedy. 2016. Pengaruh Program Berita Liputan 6 di SCTV Terhadap Motivasi Siswa-Siswi SMA Al Kautsar Menjadi Pembawa Berita (News Anchor). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung

### **Sumber Internet:**

<http://www.gt-tires.com/indonesia/>

<http://eprints.uny.ac.id/35518/1/AMY%20JULIA%20ALELA%20RACHMAH%2008520244026.pdf> diakses pada tanggal 11 april 2017 pukul 21.23 wib

<https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-di-indonesia>

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/20229/Chapter%20II.pdf;jsessionid=2B65137F88F69C41FF3ACA57A8962D8D?sequence=4>

<https://repository.unikom.ac.id/30949/1/jurnal-2.pdf>