

PENGARUH MEDIA SOSIAL LINE WEBTOON TERHADAP MINAT MEMBACA KOMIK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS RIAU

Oleh : Destya Maya Putri
Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau, Pekanbaru
Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru
Telp/fax. 0761-63272

The development of social media today accommodate a variety of works. Ideas in the form of photos, videos and writings and even potrait and comics including the types of works that can be found on various social media. Social media both content and characteristics of social media is quite diverse, most social media is a place to socialize, share opinions and chatting through chat but social media a little different is LINE Webtoon. LINE Webtoon is a digital comic reading app that is part of LINE's social media products. Comics on social media LINE Webtoon can be accessed for free and have many different genres and titles. The webtoon user segmentation is quite extensive, ranging from 14 years old to adults including among students. Researchers want to know the influence of social media LINE Webtoon to interest in reading comic students of Riau University. LINE Webtoon social researcher used by students of Riau University and students to respond in the form of interest in reading comics. The purpose of this study to determine the influence of social media LINE Webtoon to interest in reading comic students of Riau University.

The method used is the method of quantitative explanation research, data collection techniques in this study using questionnaires. The number of samples in this study were 96 respondents. Sampling using Accidental Sampling. To find out how big the influence of these two variables, the researcher uses a simple linear analysis. For data processing questionnaire, done by using Program Statistic Product And Service Solution (SPSS) Windows version 17.

The results of research on the influence of social media LINE Webtoon with indicators (Participation, Openness, Conversation, Community and Interconnected) to the interest in reading comics (the need for reading, reading-seeking, fun to read, interest in reading, continued) on the students of Riau University obtained regression coefficient value $Y = 5.904 + 0.610 X$ with a significance level of 0.000 smaller than $\alpha = 0.05$. This means that there is an influence of social media LINE Webtoon to interest in reading comics on students of the University of Riau for 49.7% and fall into the middle category of influence is. The percentage indicates that Social Media LINE Webtoon affects reading interest. thus H_0 is rejected and H_a accepted.

Keyword : Social Media, LINE Webtoon, Interest in reading comics

Latar Belakang

Kemampuan media sosial dalam menjangkau khalayak banyak dan mampu membagikan informasi dalam bentuk audio maupun video membuat media sosial mulai dilirik sebagai media periklanan dan kampanye. Teknologi dan perangkat media sudah memasuki aspek kehidupan, dengan media sosial interaksi masyarakat kini tidak terhalang oleh demografis, budaya dan sebagainya. Media sosial kini tidak hanya sebagai jaringan untuk membuka pertemanan tetapi berkembang menjadi tempat berbagi tidak hanya dalam bentuk teks tetapi juga berupa gambar, musik, video dan layanan yang ditawarkan media sosial saat ini adalah komik.

Komik termasuk konten yang mulai memasuki konvergensi media. 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 pencarian, hingga menjadi sebuah layanan aplikasi media sosial.

Komik tidak hanya dapat dinikmati oleh pecinta komik yang mengoleksi buku komik namun juga dapat dibaca oleh khalayak lainnya. aplikasi yang dapat diunduh secara gratis dan pilihan komik dengan beragam genre membuat komik ini menjadi menarik. Selain menarik, komik *online* lebih efisien dan terjangkau. Hanya dengan kuota internet, pembaca dapat menikmati beragam komik dengan genre yang berbeda ketimbang harus membeli komik di toko buku.

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.

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.

Terkait hal itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap aplikasi tersebut dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi LINE Webtoon dan keterkaitannya dengan minat membaca komik pada pengguna aplikasi tersebut. Maka timbul keinginan penulis untuk meneliti: “Pengaruh Media Sosial LINE Webtoon Terhadap Minat Membaca Komik pada Mahasiswa Universitas Riau”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yakni, seberapa besar pengaruh media sosial LINE Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Riau?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh media sosial LINE Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Riau.

Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat sebagai berikut :

a) Kegunaan Akademis

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

aplikasi dan media baru yang terus berkembang

b) Kegunaan Praktis

1. 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 komik.

Tinjauan Pustaka

1. 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)

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)

2. 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 Daum menyediakan UCC di bidang *manhwa* sejak awal 2000. (www.koreana.or.kr diakses 15 Oktober 2016)

3. 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), 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 & 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 SNSs 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, media sosial 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.

4. 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 2011: 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)

5. 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)

6. 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.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian “Pengaruh Media Sosial LINE Webtoon terhadap Minat Membaca Komik pada Mahasiswa Universitas Riau” ini adalah riset kuantitatif, penelitian kuantitatif menurut Noor (2012:38)

merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

Sementara itu jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanasi.

Hasil Dan Pembahasan

Penelitian dilakukan terhadap 96 mahasiswa Universitas Riau dari 10 fakultas yang menggunakan media sosial LINE Webtoon. Berikut hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner:

a. Rekapitulasi Identitas Responden

Berdasarkan usia, responden didominasi oleh mahasiswa usia 18-21 tahun sebanyak 59%. Berdasarkan jurusan, jumlah responden terbanyak dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan sebanyak 18 responden dengan persentase 18,75%.

b. Rekapitulasi Tanggapan Responden

Tabel dibawah ini merupakan hasil rekapitulasi tanggapan responden atas pernyataan melalui kuesioner :

Tabel 5.1
Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden

Media Sosial LINE Webtoon

No	Item Pernyataan	Kategori Jawaban				Total Skor
		SS	S	TS	STS	
		4	3	2	1	
1	Responden membuka media sosial LINE Webtoon setiap hari	14 (14,6%)	51 (53,1%)	30 (31,3%)	1 (1,0%)	96 (100%)
2	Responden mengikuti (+favorit) komik pada media sosial LINE Webtoon terpopuler	12 (12,5%)	43 (44,8%)	39 (40,6%)	2 (2,1%)	96 (100%)
3	Responden membaca komik webtoon populer	16 (16,7%)	42 (43,8%)	36 (37,5%)	2 (2,1%)	96 (100%)
4	Responden memberikan like pada komik yang disukai	25 (26,0%)	43 (44,8%)	25 (26,0%)	3 (3,1%)	96 (100%)
5	Fitur cari memudahkan responden untuk menemukan komik berdasarkan judul dan penulis	33 (34,4%)	49 (51,0%)	13 (13,5%)	1 (1,0%)	96 (100%)
6	Responden membaca komik yang banyak mendapatkan tanda like pada media sosial LINE Webtoon	11 (11,5%)	44 (45,8%)	37 (38,5%)	4 (4,2%)	96 (100%)
7	Judul, sinopsis, serta keterangan penulis, like dan subscribe dijelaskan lengkap pada halaman komik LINE Webtoon	19 (19,8%)	63 (65,6%)	13 (13,5%)	1 (1,0%)	96 (100%)
8	Responden memutuskan untuk membaca komik setelah membaca keterangan pada halaman komik LINE Webtoon	17 (17,7%)	54 (56,3%)	22 (22,9%)	3 (3,1%)	96 (100%)
9	Responden memberikan komentar pada kolom komentar untuk menyampaikan kesan terhadap komik yang dibaca	7 (7,3%)	21 (21,9%)	57 (59,4%)	11 (11,5%)	96 (100%)
10	Responden menggunakan fitur share untuk	8 (8,3%)	26 (27,1%)	56 (58,3%)	6 (6,3%)	96 (100%)

	membagikan informasi tentang komik yang dibaca					
11	Konten komik pada LINE Webtoon dapat diakses dengan mudah tanpa hambatan/konten yang terlindungi kata sandi	25 (26,0%)	54 (56,3%)	16 (16,7%)	1 (1,0%)	96 (100%)
12	Responden memanfaatkan fitur komentar untuk berpartisipasi dan berkomunikasi langsung dengan creator komik LINE Webtoon	8 (8,3%)	27 (28,1%)	55 (57,3%)	6 (6,3%)	96 (100%)
13	Responden memanfaatkan fitur komentar untuk berkomunikasi dengan pembaca lainnya	6 (6,3%)	28 (29,2%)	55 (57,3%)	7 (7,3%)	96 (100%)
14	Responden memanfaatkan fitur balas untuk berpartisipasi atau memberikan feedback dalam komunikasi yang terjalin dalam fitur komentar	8 (8,3%)	33 (34,4%)	48 (50,0%)	7 (7,3%)	96 (100%)
15	Responden memanfaatkan fitur like pada kolom komentar apabila setuju terhadap komentar yang diberikan oleh pembaca lain	16 (16,7%)	42 (43,8%)	33 (34,4%)	5 (5,2%)	96 (100%)
16	Responden mengetahui informasi dan mendapatkan konten lainnya yang berkaitan dengan Webtoon melalui grup penggemar webtoon yang dipromosikan pembaca	7 (7,3%)	42 (43,8%)	41 (42,7%)	6 (6,3%)	96 (100%)
17	Responden mencari tahu atau mengikuti komunitas dan fanpage komik favorit	3 (3,1%)	29 (30,2%)	56 (58,3%)	8 (8,3%)	96 (100%)
18	Responden mengikuti perkembangan webtoon melalui komunitas yang ditemukan dan diikuti	4 (4,2%)	30 (31,3%)	53 (55,2%)	9 (9,4%)	96 (100%)
19	Fitur share yang dimanfaatkan media sosial LINE Webtoon untuk membagikan komik melalui media sosial. Yang	15 (15,6%)	56 (58,3%)	23 (24,0%)	2 (2,1%)	96 (100%)

	bertujuan menyebarkan informasi komik baru atau komik terbaik yang tersedia pada LINE Webtoon					
20	Dengan fitur share memudahkan saya mengakses LINE Webtoon tidak terbatas hanya pada aplikasinya	19 (19,8%)	55 (57,3%)	21 (21,9%)	1 (1,0%)	96 (100%)

Minat Membaca Komik

No	Item Pernyataan	Kategori Jawaban				Total Skor
		SS	S	TS	STS	
		4	3	2	1	
1	Responden berlangganan (+favorit) beberapa judul komik karena keinginan untuk membaca komik tersebut	37 (38,5%)	37 (38,5%)	21 (21,9%)	1 (1,0%)	96 (100%)
2	Responden mengakses media sosial LINE Webtoon setiap hari untuk mengetahui komik up setiap harinya	21 (21,9%)	39 (40,6%)	34 (35,4%)	2 (2,1%)	96 (100%)
3	Responden berlangganan (+favorit) judul komik yang disukai	27 (28,1%)	41 (42,7%)	26 (27,1%)	2 (2,1%)	96 (100%)
4	Responden mencari dan membaca komik dengan genre yang disukai	43 (44,8%)	43 (44,8%)	9 (9,4%)	1 (1,0%)	96 (100%)
5	Responden mencari dan membaca komik dengan genre yang disukai	43 (44,8%)	43 (44,8%)	9 (9,4%)	1 (1,0%)	96 (100%)
6	Responden tertarik membaca komik dengan adanya LINE Webtoon	37 (38,5%)	45 (46,9%)	12 (12,5%)	2 (2,1%)	96 (100%)
7	Responden tertarik dengan kegiatan membaca komik pada media sosial LINE Webtoon	36 (37,5%)	49 (51,0%)	9 (9,4%)	2 (2,1%)	96 (100%)
8	Responden merasa selalu teringat/penasaran apabila belum mengakses atau membaca komik pada LINE Webtoon	25 (26,0%)	44 (45,8%)	25 (26,0%)	2 (2,1%)	96 (100%)
9	Responden merasa harus mengikuti setiap episode komik yang dibaca	25 (26,0%)	45 (46,9%)	23 (24,0%)	3 (3,1%)	96 (100%)

10	Responden sering mencari komik baru di LINE Webtoon	22 (22,9%)	43 (44,8%)	26 (27,1%)	5 (5,2%)	96 (100%)
11	Responden meluangkan waktu setiap harinya untuk membaca komik LINE Webtoon	21 (21,9%)	32 (33,3%)	38 (39,6%)	5 (5,2%)	96 (100%)
12	Responden menghabiskan banyak waktu untuk membaca komik LINE Webtoon	7 (7,3%)	27 (28,1%)	50 (52,1%)	12 (12,5%)	96 (100%)
13	Responden mencari informasi lebih lanjut mengenai LINE Webtoon atau komik yang telah dibaca di LINE Webtoon	14 (14,6%)	46 (47,9%)	32 (33,3%)	4 (4,2%)	96 (100%)

Secara umum kondisi penilaian responden terhadap variabel penelitian sudah baik. Kondisi tersebut dapat dilihat pada jawaban responden sebagian besar menjawab pada kategori setuju.

c. 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 mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono,2004:137). Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan pada kuesioner yang tidak relevan.

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Media Sosial LINE Webtoon	P1	0,481	0,349	Valid
	P2	0,570	0,349	Valid
	P3	0,386	0,349	Valid
	P4	0,659	0,349	Valid
	P5	0,756	0,349	Valid
	P6	0,500	0,349	Valid
	P7	0,630	0,349	Valid
	P8	0,474	0,349	Valid
	P9	0,549	0,349	Valid
	P10	0,548	0,349	Valid
	P11	0,459	0,349	Valid
	P12	0,548	0,349	Valid
	P13	0,584	0,349	Valid
	P14	0,664	0,349	Valid
	P15	0,529	0,349	Valid

	P16	0,528	0,349	Valid
	P17	0,509	0,349	Valid
	P18	0,399	0,349	Valid
	P19	0,659	0,349	Valid
	P20	0,682	0,349	Valid
Minat Membaca Komik	P21	0,642	0,349	Valid
	P22	0,674	0,349	Valid
	P23	0,687	0,349	Valid
	P24	0,449	0,349	Valid
	P25	0,750	0,349	Valid
	P26	0,484	0,349	Valid
	P27	0,591	0,349	Valid
	P28	0,727	0,349	Valid
	P29	0,732	0,349	Valid
	P30	0,716	0,349	Valid
	P31	0,798	0,349	Valid
	P32	0,479	0,349	Valid
	P33	0,362	0,349	Valid

d. 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.

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Variabel X Media Sosial LINE Webtoon	0,745	0,60	Reliabel

Variabel Y	0,754	0,60	Reliabel
Minat Membaca Komik			

Tabel uji reliabilitas menunjukkan angka cronbach's alpha pada kedua variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan seluruh variabel adalah reliabel artinya item pernyataan tersebut apabila dinyatakan kemudian hari kepada orang yang berbeda akan memiliki jawaban yang sama.

e. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara media sosial LINE Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Riau, maka pengujian hipotesisnya akan dilakukan dnegan menggunakan analisis statistik menggunakan analisis linear sederhana

Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.904	3.428		1.722	.088
Media Sosial LINE Webtoon	.610	.063	.705	9.634	.000

Berdasarkan tabel 5.14 diatas terlihat hasil regresi linear sederhana diperoleh nilai koefisien pada penelitian ini adalah $Y = 5,904 + 0,610 X$. Bilangan konstanta (a) sebesar 5.904 dan koefisien variabel media sosial LINE Webtoon sebesar 0,610. Sementara itu t hitung 9,634 lebih besar dari t tabel 1,985. Dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang nyata atau signifikan media sosial LINE Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Riau.

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) 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 menganalisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel "model summary" berikut ini :

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.705 ^a	.497	.491	5.27899

Pada tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai $R = 0,705$ dan koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0,497. Angka tersebut menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh media sosial LINE Webtoon terhadap minat membaca komik adalah sebesar 49,7% dengan kategori sedang. Sementara sisanya sebesar 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

g. Pembahasan

Berdasarkan pada pemaparan sebelumnya menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara media sosial LINE Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Riau, dan dari nilai R menunjukkan korelasi antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* yakni nilai R sebesar 0,705 maka dari model summary diatas diketahui nilai (R_{square}) sebesar 0,497. Artinya terdapat pengaruh antara media sosial LINE Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Riau dengan pengaruh sebesar 49,7% yang dikategorikan berpengaruh sedang. Sementara sisanya sebesar 50,3%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori SOR (Stimulus-Organism-Response) yang digunakan untuk menguji penelitian ini. Teori SOR mengemukakan bahwa efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. (Effendy, 2000: 255). Dalam penelitian ini mahasiswa Universitas Riau membaca komik online melalui aplikasi LINE Webtoon akan berdampak kepada respon mereka terhadap komik online Webtoon (stimulus). Apabila muncul perhatian dan ketertarikan maka mahasiswa tersebut akan kembali mengakses aplikasi tersebut dan membaca komik melalui aplikasi LINE Webtoon dan akan timbul minat baca mahasiswa untuk membaca komik. Sebaliknya, jika mahasiswa Universitas Riau tidak menganggap menarik komik online yang disajikan LINE Webtoon, maka tidak muncul minat membaca komik dengan aplikasi LINE Webtoon.

Daftar Pustaka

- Baran, Stanley. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa jilid 1 edisi 5*. Jakarta: Erlangga
- Brata, Vincent Bayu. 2008. *Tips Membuat Handphone Pintar Menjadi Lebih Pintar*. Jakarta: Trans Media
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Ujana. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*
- Iswidharmanjaya, Derri .2011. *Comic Strips+Photoshop Simple Guidance*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Jahja, Yudrik. 2012. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rahmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Mayfield, Anthony. 2008. *What is social media*. Icrossing E-book
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana
- Rahim, Farida. 2011. *Pengajaran Membaca di Sekolah Dasar*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sugiarto, dkk. 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Tarigan. 1990. *Membaca dalam kehidupan*. Bandung: Angkasa
- Woodcock, Ben. 2012. *Considering The Smartphone Learner. Student Engagement and Experience*. 1(1)
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan*

RI.Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat

Jurnal :

Sylvia M. Chan-Olmsted, University of Florida, USA.2013 User Perceptions of Social Media: A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media. *Online Journal of Communication and Media Technologies* .3(4):154-157

Rudy Setiawan.2013.*Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia. eJournal Ilmu Komunikasi*. 1(2):355-374. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Samarinda.

Kheyene Molekandella Boer.2013. *Interaktivitas sebagai Strategi Mediated Communication pada Fans Pages Starbucks Coffee Indonesia.Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10(2): 113-128. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.Yogyakarta.

Skripsi :

Anik Nadhiroh.2011.Korelasi antara Minat Membaca dengan Prestasi Belajar Siswa kelas VIII di MTsN Ngantru Tulungagung.Skripsi Dipublikasikan.Program Studi Pendidikan Agama Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung.

Fanny Aulia Putri.2014.Opini Siswa Terhadap Tindakan *cyberbully* di Media Sosial.Skripsi Dipublikasikan.Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Medan.

Sofia Miranda.2017. Pengaruh Instagram Sebagai Media *Online Shopping Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas

Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau.Skripsi Dipublikasikan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau.Pekanbaru

Ika Putri Iswayanti.2010.Analisis Pengaruh Kualitas Produk,Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang. Skripsi Dipublikasikan. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.Semarang.

Kheyene Molekandella Boer.2013. *Interaktivitas sebagai Strategi Mediated Communication pada Fans Pages Starbucks Coffee Indonesia.Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10(2): 113-128. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.Yogyakarta.

Maryuningsih. 2014. Hubungan Minat Membaca dengan Keterampilan Menulis Narasi Siswa Kelas IV Sekolah Dasar Se-Gugus Kecamatan Kraton Yogyakarta Tahun Ajaran 2013/2014. Skripsi Dipublikasikan. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

Rahmadi Saputra.2016.Hubungan Kecanduan *Game Online Clash of Clans* terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.Pekanbaru

Rudy Setiawan.2013.*Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia. eJournal Ilmu Komunikasi*. 1(2):355-374. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Samarinda.

Sumber Lain :

<http://comicbastards.com/comics/an-interview-with-junkoo-kim-creator-of-line-webtoon> (diakses 15 Oktober 2016)

<https://koreana.or.kr/user/action/backIssueView.do?bIdx=3520&zineInfoNo=0006&pubLang=English&pubYear=2017&pubMonth=SUMMER&mid=0001040&vol=28&no=2&year=2014&season=SUMMER>
(Diakses 15 Oktober 2016)

<https://www.dgupost.com/news/articleView.html?idxno=1247> (Diakses 23 Juni 2016)

http://world.kbs.co.kr/english/program/program_trendkorea_detail.htm?No=10025572 (diakses 15 Oktober 2016)

<http://www.blue-la-goon-idn.com/line-webtoon/> (diakses 27 Oktober 2016)

www.webtoons.com (diakses 29 September 2016)

www.detik.com (diakses 12 Agustus 2016)