

Pengaruh Media Komunikasi Besoksenin.co terhadap Perilaku Membaca Masyarakat Kabupaten Majalengka

Rama Ramadhan Efendi, Anne Maryani
Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
rama.kompyuta@gmail.com, anmar2005@gmail.com

Abstract—This research was conducted with the aim of knowing how much besoksenin.co media as a new media can influence reading behavior among adolescents in Majalengka Regency. The method used in this research is explanatory quantitative by distributing questionnaires to certain samples. Sampling was carried out using a non-probability technique, namely accidental sampling. As such, the authors set a sample of adolescents in Majalengka Regency aged 17-25 years who already know or have accessed besoksenin.co media. The researcher is one of the media managers so that they get access to be able to share questionnaires online through the Instagram social media portal, so that the intended target will certainly be targeted correctly. The samples taken were 100 respondents. The data obtained were then processed using quantitative research software, namely SPSS version 24 through simple linear regression analysis, where the results obtained would later show the effect of besoksenin.co media as an independent variable on reading behavior as the dependent variable. The results of this study indicate that the communication media besoksenin.co as a new media on reading behavior has a significant effect. Then the influence between the five dimensions of new media gets the result, namely that there is an influence on the dimension of complexity on reading behavior, while on the other four dimensions such as the dimension of business size, media response rate, information control ability, ability.

Keywords—*new media, besoksenin.co, reading behavior, teenagers, Majalengka*

Abstrak—Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar media besoksenin.co sebagai media baru dapat memengaruhi perilaku membaca kalangan remaja di Kabupaten Majalengka. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori dengan melakukan penyebaran kuesioner pada sampel tertentu. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non-probability yaitu accidental sampling. Sebagaimana tujuan tersebut, penulis menetapkan sampel kalangan remaja Kabupaten Majalengka berusia 17-25 tahun yang sudah mengetahui ataupun pernah mengakses media besoksenin.co. Peneliti merupakan salah satu pengelola media tersebut sehingga mendapatkan akses untuk dapat membagikan kuesioner secara online melalui portal media sosial instagram, sehingga target yang dituju dipastikan akan terbidik secara tepat. Sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang responden. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan perangkat lunak penelitian kuantitatif yaitu SPSS versi 24 melalui analisis regresi linear sederhana yang dimana

hasil yang diperoleh nantinya akan menunjukkan pengaruh media besoksenin.co sebagai variabel bebas terhadap perilaku membaca sebagai variabel terikat. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa media komunikasi besoksenin.co sebagai new media terhadap perilaku membaca memiliki pengaruh yang signifikan. Kemudian pengaruh antara kelima dimensi new media mendapatkan hasil yaitu terdapat pengaruh pada dimensi kompleksitas terhadap perilaku membaca, sedangkan pada keempat dimensi lainnya seperti dimensi besaran usaha, tingkat respon media, kemampuan pengawasan informasi, kemampuan memfasilitasi komunikasi tidak terdapat pengaruh terhadap perilaku membaca.

Kata Kunci—*new media, besoksenin.co, perilaku membaca, remaja*

I. PENDAHULUAN

Salah satu media yang sudah mulai banyak digunakan dalam bidang komunikasi adalah media internet. Lahirnya teknologi baru bernama internet ini memberikan dampak yang cukup besar bagi kehidupan manusia. Mulanya, interaksi sosial dan komunikasi antar manusia terbatas ruang dan waktu, namun dengan adanya internet ini terbukti membantu mengikis batas-batas tersebut sehingga mendukung adanya komunikasi yang tak terbatas.. Menurut Sisson dan Pontau dalam Novianto (2011), internet merupakan suatu bukti berkembangnya teknologi informasi yang muncul bersamaan dengan perkembangan ICT (*Information and Communication Technology*) yang kini sudah banyak digunakan oleh banyak orang sebagai upaya pemenuhan kebutuhan informasi. Internet merupakan bentuk dari media baru yang digunakan sebagai sarana berkomunikasi serta bertukar informasi.

Menurut Effendy (2003), dalam bukunya “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”, menyatakan bahwa “komunikasi bermedia semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih.” Sejalan dengan pernyataan tersebut, masyarakat dimasa sekarang ini sedang mengalami perkembangan dunia telekomunikasi yang sangat pesat. Hal tersebut ditandai dengan maraknya penggunaan telepon seluler atau *handphone*. Dengan adanya kemajuan teknologi yang pesat tersebut, proses komunikasi antara satu dengan yang lainnya dirasa lebih mudah dengan adanya jaringan internet

yang terhubung pada *handphone*.

Berdasarkan informasi yang didapat melalui wawancara dengan Fakhrol Azharie sebagai seorang CEO media besoksenin.co diketahui bahwa terdapat 1288 tulisan yang ada di website besoksenin.co sampai pada awal tahun 2020. Tulisan-tulisan tersebut dibuka sebanyak kurang lebih 5.750 kali dalam satu hari dengan 33.000 orang yang membaca tulisan tersebut. Selain itu, berbagai artikel tersebut memiliki rata-rata 41.186 *pageviews* dalam 1 (satu) bulan. Sedangkan, pada media instagram besoksenin.co rata-rata *pageviews* tersebut dapat dicapai dalam kurun waktu 1 (satu) minggu. Bahkan, jumlah akun yang memberikan kesan pada unggahan di instagram besoksenin.co ini dapat mencapai 683.352 dalam 1 (satu) minggu (Azharie, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung website besoksenin.co masih terbilang kurang berkembang, mengingat pesatnya perkembangan pada media instagram. Sehingga keadaan tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya konten kreatif pada akun instagram besoksenin.co tersebut belum cukup membantu kalangan remaja Kabupaten Majalengka dalam membentuk perilaku membaca yang cukup baik.

Maka dari itu, melalui penelitian ini penulis sebagai salah seorang pengelola media besoksenin.co bermaksud untuk mengetahui sejauh mana media besoksenin.co ini dapat mempengaruhi perilaku membaca masyarakat di Kabupaten Majalengka. Secara spesifik penelitian ini akan ditujukan langsung kepada target yang telah ditetapkan sesuai dengan konten yang dibuat pada media besoksenin.co ini yaitu pada kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Berdasarkan masalah tersebut, penulis ingin mencari tahu apakah terdapat pengaruh *new media* dengan perilaku membaca dengan merumuskannya ke dalam enam identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh dimensi Kompleksitas pada media komunikasi besoksenin.co secara parsial terhadap perilaku membaca remaja Kabupaten Majalengka?
2. Seberapa besar pengaruh dimensi Besaran Usaha pada media komunikasi besoksenin.co secara parsial terhadap perilaku membaca remaja Kabupaten Majalengka?
3. Seberapa besar pengaruh dimensi Tingkat Respon Media pada media komunikasi besoksenin.co secara parsial terhadap perilaku membaca remaja Kabupaten Majalengka?
4. Seberapa besar pengaruh dimensi Kemampuan Pengawasan Informasi pada media komunikasi besoksenin.co secara parsial terhadap perilaku membaca remaja Kabupaten Majalengka?
5. Seberapa besar pengaruh dimensi Kemampuan Memfasilitasi Komunikasi pada media komunikasi besoksenin.co secara parsial terhadap perilaku membaca remaja Kabupaten Majalengka?
6. Seberapa besar pengaruh variabel Media Komunikasi besoksenin.co terhadap perilaku membaca remaja Kabupaten Majalengka?

II. LANDASAN TEORI

Psikologo Kognitif. kognitivisme ini berkaitan dengan kognisi atau pengetahuan yaitu suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana cara memperoleh, mengorganisasikan dan menggunakan sebuah informasi atau pengetahuan. Maksudnya, kognisi ini berfokus pada ingatan atau memori, pemahaman, persepsi, bahasa, kreativitas, cara memecahkan suatu masalah, serta peran suatu struktur mental atau proses pengorganisasian suatu informasi. Fokus utama yang ditekankan pada pendekatan psikologi kognitif ini ada pada bagaimana suatu informasi diproses, diolah, dan disimpan. Pendekatan ini tentulah memiliki perbedaan dengan psikologi behavioristik yang lebih menekankan pada tingkah laku, konteks lingkungan, dan konsekuensinya (Ekawati, 2019).

Teori S-R menyatakan bahwa media menyajikan rangsangan atau stimuli kuat yang diperhatikan secara seragam oleh massa. Rangsangan atau stimuli ini kemudian membangkitkan berbagai proses seperti desakan, emosi, atau proses lain yang hampir tidak dapat dikendalikan oleh individu. Tanggapan atau respon yang sama diberikan oleh setiap anggota khalayak pada rangsangan atau stimuli yang datang dari media massa (Kholisoh, 2018).

Teori Individual Differences Dalam ranah psikologi, perbedaan individu ini dikatakan sebagaimana pada slogan "persis seperti apa yang tertulis dikemasannya!". Hal tersebut adalah tentang mengolah dan menyampaikan perbedaan-perbedaan antar satu individu dengan individu lainnya. Pembahasan dalam psikologi kepribadian membahas tentang perbedaan dan persamaan psikologis antar seorang individu dengan lingkungan sosialnya (Riswanti, Halimah, Magdalena, & Silaban, 2020). *Individual difference theory* atau teori perbedaan individu ini merupakan percobaan proses menelaah dan mengartikan perbedaan diantara individu sebagai objek atau sasaran media ketika mereka diterpa oleh suatu informasi sehingga dapat menimbulkan efek atau reaksi tertentu. Suatu individu yang berperan sebagai obek sasaran media secara terpilih dapat menempatkan perhatian terhadap pesan-pesan atau informasi terlebih apabila berkaitan secara langsung dengan individu tersebut, konsisten dengan perilaku yang sesuai dengan kepercayaannya, dan juga didukung oleh nilai-nilainya. Komponen intelektual dan emosional secara psikologis merupakan gambaran suatu pola pemikiran yang khas dari masing-masing individu berkaitan dengan pemaknaan informasi yang diterima (Edy, 2016).

Media komunikasi disini artikan sebagai suatu alat penyalur atau pembaca informasi. Bahkan suatu alat, asalkan dapat berfungsi untuk membawa suatu informasi atau pesan dan menyampaikannya dari satu orang ke orang lainnya, alat tersebut sudah dapat dikatakan sebagai media. Ditinjau dari fungsinya, media memiliki kemampuan untuk menyimpan suatu informasi, artinya media tersebut dapat dimanfaatkan sebagai saluran pembawa pesan pada saat saat diperlukan, tanpa harus berbicara bertatap muka secara langsung. Maka dari itu, media komunikasi juga dapat

diartikan sebagai suatu alat yang dapat membantu penyampaian informasi antar individu (Karim, 2011).

Media Sosial Instagram. Media sosial adalah inovasi ide yang memiliki peluang yang sangat baik untuk memperluas ruang lingkup dengan kemajuan teknologi. Dengan adanya kemajuan media sosial ini, banyak instansi ataupun organisasi yang memanfaatkan media ini untuk memperbaiki praktiknya. Adanya media sosial ini dapat membantu periklanan serta komunikasi agar lebih efisien. Kini, khalayak umum tidak perlu lagi bergantung pada televisi atau media cetak lainnya untuk mendapatkan informasi dan berita terkini. Orang-orang dapat mengakses pesan atau informasi secara meluas bahkan sampai seluruh dunia. Media sosial adalah cara komunikasi data berbasis web. Media sosial dapat memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan menciptakan sebuah karya berbasis web. Media sosial juga mempunyai beberapa fitur yaitu blog mikro, jejaring sosial, berbagi konten foto, pesan cepat, *podcast*, *widget*, dan masih banyak lagi. Banyak orang mengonsumsi media sosial ini dengan tujuan berbagi informasi dan menciptakan koneksi.

Dalam Dennis Mc Quail (2011) dapat diketahui bahwa teori media baru adalah sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori tersebut menyatakan bahwa teori media baru ini merupakan suatu teori yang menjelaskan mengenai perkembangan media. Terdapat dua pendapat yang berbeda berkenaan dengan media baru. Pertama, perbedaan media yang dipandang dari sisi interaksi sosial dan dinilai berdasarkan dengan kedekatannya, Pierre Levy memandang *world wide web (www) sebagai sebuah portal lingkungan informasi terbuka, dinamis, dan fleksibel yang dapat memungkinkan suatu individu dapat memperluas orientasi pengetahuannya.*

Menurut Rusman (2011) memaparkan bahwa terdapat dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu: 1) Dimensi Kompleksitas. 2) Dimensi Besaran Usaha. 3) Dimensi Tingkat Respon Media. 4) Dimensi Kemampuan Taggapan Untuk Mengawasi Pengguna Informasi. 5) Dimensi Kemampuan Memfasilitasi Komunikasi Internet.

Perilaku adalah kebiasaan yang membudaya pada diri masing-masing individu dalam kegiatan tertentu. Terbentuknya kebiasaan memerlukan waktu, minat, dan motivasi. Perilaku membaca merupakan kebiasaan seorang individu dalam melakukan kegiatan membaca suatu bahan bacaan yang terbentuk karena adanya waktu, motivasi, dan minat tertentu (Ahsanitaqwm, 2015). Perilaku membaca merupakan hasil dari dinamika tuntunan adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan atau genetika. Dengan adanya dorongan atau motivasi ini dapat menimbulkan adanya suatu perilaku, karena perilaku tidak dapat timbul begitu saja tanpa adalah suatu stimulus.

Menurut (Felicia, Tiatri, & Mularsih, 2017) terdapat 3 dimensi yang terdapat pada perilaku membaca yaitu : 1) Dimensi Intrinsik. 2) Dimensi Ekstrinsik. 3) Dimensi Regulator.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh *new media* terhadap perilaku membaca pada kalangan remaja Kabupaten Majalengka

Dari hasil uji statistik yang dilakukan peneliti mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 6,956 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel dua variabel tersebut yaitu, *new media* terhadap perilaku membaca pada kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Berkaitan dengan penggunaan *middle theory* pada penelitian ini juga sejalan dengan temuan hasil analisis yang dijelaskan sebelumnya. Pesan media massa dianggap begitu kuat untuk mengubah pendapat umum dan perilaku seseorang. Pada prinsipnya menurut teori ini, efek pesan media massa sangat ditentukan oleh bagaimana stimulus (pesan) dirancang sedemikian rupa untuk mempengaruhi khalayaknya berperilaku sesuai dengan yang diharapkan (Evanita, 2009). Hal tersebut sejalan dengan adanya efek pesan atau informasi yang disampaikan oleh media *besoksenin.co* sebagai salah satu stimulus untuk membentuk suatu hasil atau respon berupa perilaku seseorang yang mana pada penelitian ini adalah perilaku membaca.

B. Pengaruh dimensi kompleksitas terhadap perilaku membaca

Ditinjau dari hasil analisis data, terdapat hasil yang menunjukkan bahwa dimensi pertama pada variabel media baru yaitu kompleksitas ini memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap perilaku membaca kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Dimensi kompleksitas ini berkaitan dengan pemilihan media sebagai alternatif perolehan suatu informasi yang mana sesuai dengan pernyataan Pratiwi (2014) berkaitan tentang media baru ini adalah salah satu bentuk media hasil perkembangan teknologi.

Perilaku membaca ini merupakan suatu gerakan terlibat langsung dalam kegiatan membaca yang meliputi pemilihan bahan bacaan yang akan dibaca, jumlah bahan bacaan yang dibaca, dan frekuensi dalam membaca (Akbar, 2008).

C. Pengaruh dimensi besaran usaha terhadap perilaku membaca

Pada pembahasan sebelumnya, dijelaskan bahwa dimensi kedua pada variabel media baru yaitu dimensi besaran usaha ini tidak memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap perilaku membaca.

Proses komunikasi akan berjalan dengan baik apabila terdapat perhatian dari komunikan. Dengan begitu, proses akan berlanjut saat komunikan mengerti pesan yang disampaikan. Pemahaman komunikan itulah yang nantinya akan melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan berhasil menerima dan mengolahnya, maka terbentuklah perubahan sikap pada diri komunikan (Pandia, 2014).

Berkaitan dengan teori tersebut, maka dapat dikatakan seharusnya apabila seseorang dapat dengan mudah

memahami pesan yang disampaikan maka akan memperlancar adanya pembentukan sikap atau perilaku seseorang. Namun, dalam hal penelitian yang dilakukan penulis, hasil yang didapatkan bahkan sebaliknya.

D. Pengaruh dimensi tingkat responden media terhadap perilaku membaca

Terlihat pada hasil analisis sebelumnya bahwa dimensi tingkat respon media yang merupakan dimensi ketiga dari variabel media baru ini tidak memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap perilaku membaca kalangan remaja Kabupaten Majalengka. Hal tersebut menunjukkan bahwa kalangan remaja menganggap bahwa tingkat respon media besoksenin.co masih memerlukan adanya perbaikan sehingga dapat meningkatkan pengaruh terhadap pembentukan perilaku membaca masyarakat.

Berdasarkan teori Rusman (2011), dijelaskan bahwa dimensi tingkat respon media ini menyatakan seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan masyarakatnya. Hal ini bicara mengenai interaktivitas suatu media dalam menanggapi umpan balik dari masyarakat pada media tersebut.

Hal tersebut berarti bahwa responden yang merupakan kalangan remaja Kabupaten Majalengka menyatakan kurangnya keaktifan media besoksenin.co dalam merespon tanggapan masyarakat sebagai pengguna.

E. Pengaruh dimensi kemampuan pengawasan informasi media terhadap perilaku membaca

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan penulis didapatkan hasil bahwa dimensi keempat yaitu kemampuan pengawasan informasi ini tidak memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap perilaku membaca. Dimensi ini memuat berbagai aspek terkait penyesuaian informasi yang disampaikan dengan karakteristik pembaca.

Rusman (2011) memaparkan bahwa dimensi pengawasan informasi ini merupakan media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi juga dapat memiliki kemampuan untuk mengawasi sikap masyarakat dalam menerima suatu informasi untuk kemudian dapat menyesuaikan sistem yang ada pada media tersebut. Dengan kata lain, media yang dimaksud harus dapat mengamati dengan baik sikap masyarakat sehingga dapat memberikan informasi yang sesuai dengan karakteristik pembaca.

Sejalan dengan teori perbedaan individu yang mana merupakan *applied theory* pada penelitian ini dinyatakan bahwa informasi atau pesan yang disampaikan melalui suatu media kemudian akan diterima oleh suatu individu dengan menyesuaikan pada karakteristik dan kebutuhan individu masing-masing. Reaksi yang ditimbulkan seorang individu atas proses komunikasi akan sangat beragam sekalipun pada suatu pesan atau informasi yang sama (Dessyana, 2018).

F. Pengaruh dimensi kemampuan memfasilitasi informasi media terhadap perilaku membaca

Pengolahan data yang dilakukan penulis menunjukkan hasil bahwa dimensi terakhir pada variabel media baru ini tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku membaca. Dimensi ini membahas mengenai kemudahan interaksi antara satu individu dengan individu lainnya berkaitan dengan penyebaran informasi pada media tersebut. Sehingga kriteria tersebut menunjukkan interaktivitas media yang cukup baik (Rusman & dkk, 2011).

Suatu pendapat berdasarkan integritas sosial yang menggambarkan media bukan dalam bentuk suatu pesan atau informasi. Media bukan semata-mata sebagai suatu informasi atau cara menciptakan ketertarikan dalam diri seorang individu, melainkan juga harus dapat menyatukan beberapa bentuk masyarakat (McQuail, 2011).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan oleh peneliti pada bagian sebelumnya. Dari hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Terdapat pengaruh signifikan pada variabel *new media* terhadap perilaku membaca di kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Selain itu, dari hasil penelitian yang dilakukan kepada lima dimensi dari *new media* yaitu :

Terdapat pengaruh pada dimensi kompleksitas terhadap perilaku membaca di kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Pada dimensi kompleksitas memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap perilaku membaca kalangan remaja Kabupaten Majalengka. Artinya dimensi kompleksitas dapat meningkatkan perilaku membaca pada kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Tidak terdapat pengaruh pada dimensi besaran usaha terhadap perilaku membaca di kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Kemudian pada dimensi besaran usaha ini tidak memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap perilaku membaca. Artinya dimensi besaran usaha tidak meningkatkan perilaku membaca pada kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Tidak terdapat pengaruh pada dimensi tingkat respon media terhadap perilaku membaca di kalangan remaja Kabupaten Majalengka

Selanjutnya pada dimensi tingkat responden media ini tidak memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap perilaku membaca. Artinya dimensi tingkat responden tidak meningkatkan perilaku membaca pada kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Tidak terdapat pengaruh pada dimensi kemampuan pengawasan informasi terhadap perilaku membaca di kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Kemudian pada dimensi kemampuan pengawasan informasi ini tidak memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap perilaku membaca. Artinya dimensi kemampuan pengawasan informasi tidak meningkatkan perilaku membaca pada kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Tidak terdapat pengaruh pada dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi terhadap perilaku membaca di kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

Dan yang terakhir pada dimensi kemampuan memfasilitasi informasi ini tidak memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap perilaku membaca. Artinya dimensi kemampuan memfasilitasi informasi tidak meningkatkan perilaku membaca pada kalangan remaja Kabupaten Majalengka.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi di masa depan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian mengenai new media dan perilaku membaca dengan judul “Pengaruh new media terhadap perilaku membaca” untuk meningkatkan perilaku membaca pada kalangan remaja Kabupaten Majalengka.
2. Kepada peneliti selanjutnya yang akan membahas mengenai pengaruh new media terhadap perilaku membaca diharapkan dapat memperluas ruang lingkup pengambilan populasi dan sample, contohnya secara nasional.
3. Diharapkan dapat meneliti lebih dalam mengenai karakteristik yang tingkat hubungannya belum kuat yaitu kompleksitas, besaran usaha, tingkat respon media, kemampuan pengawasan informasi, dan Kemampuan Memfasilitasi Komunikasi agar dapat lebih mengetahui apakah kelima dimensi tersebut memiliki tingkat pengaruh yang lebih baik atau tidak.

B. Saran Praktis

1. Dalam dimensi besaran usaha, dimana besoksenin.co belum menggunakan bahasa jaman sekarang dalam menyampaikan informasi selain itu sebaiknya dalam memberikan informasi harus diperhatikan dalam segi bahasa terutama penggunaan EBI (Ejaan Bahasa Indonesia) yang baik agar remaja Kabupaten Majalengka bisa sekaligus belajar tata bahasa.
2. Dalam dimensi tingkat respon media, seharusnya media besoksenin.co dapat menanggapi lebih baik lagi karena walaupun pertanyaan dari warganet tidak urgensi dan tidak dibutuhkan oleh banyak orang akan tetapi pertanyaan harus tetap ditanggapi dan diperhatikan karena bisa saja warganet tersebut sangat membutuhkan tanggapan. Hal tersebut bisa dengan cara menambahkan sumber daya manusia dalam besoksenin.co itu sendiri, untuk menjadi admin dalam membantu dan menanggapi pertanyaan dari warganet.
3. Dalam dimensi kemampuan pengawasan informasi, besoksenin.co harus bisa cepat dalam memberikan informasi sesuai urgensi tanpa menghilangkan fakta

yang ada, atau besoksenin.co bisa menjadi yang lebih beda walaupun informasi yang disampaikan telat tetapi informasi tersebut tidak akan membosankan.

4. Dalam dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi, agar besoksenin.co dapat meningkatkan kredibilitas, memperluas jangkauan dan juga sebagai pembelajaran mengorganisir sebuah acara sebaiknya besoksenin.co bisa dengan membuat event offline seperti monthly events yang membuat besoksenin.co dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat khususnya remaja Kabupaten Majalengka agar tidak bosan hanya berinteraksi di media online saja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahsanitaqwm, A. M. (2015). Peran Pustakawan dan Perilaku Membaca Siswa-Siswi di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Buduran Sidoarjo. Surabaya: Universitas Airlangga.
- [2] Akbar, I. (2008). Analisis Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Membaca dan Tingkat Kepuasan Remaja terhadap Penerbit Komik Jepang (Manga). Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- [3] Andina, E. (2017). Strategi Dosen dalam Pengondisian Perilaku Membaca Mahasiswa di Era Digital. *Aspirasi* Volume 8 Nomor 2, 195-206.
- [4] Arikunto, S. (2010). *Research Procedure A Practical Approach*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [5] Azharie, F. (2020, Maret 2). Data Perkembangan Insight Website besoksenin.co. (R. R. Efendi, Interviewer)
- [6] Besoksenin.co. (2018). Tentang besoksenin.co. Retrieved Februari 24, 2020, from Besoksenin.co: <http://besoksenin.co/tentang/>
- [7] Besoksenin.co. (2020). Beranda besoksenin.co Majalengka Youth Media. Retrieved Februari 2020, from Besoksenin.co.
- [8] Besoksenin.co. (2020). Insight Activity Instagram Besoksenin.co. Retrieved Maret 2, 2020, from Instagram.com: <https://www.instagram.com/besokseninco/?hl=id>
- [9] Besoksenin.co. (2020). Insight Growth Instagram Account Besoksenin.co. Retrieved Februari 24, 2020, from Instagram.com: <https://www.instagram.com/besokseninco/?hl=id>
- [10] Besoksenin.co. (2020). Profile Instagram Account besoksenin.co. Retrieved Februari 24, 2020, from Instagram.com: <https://www.instagram.com/besokseninco/>
- [11] Cangara, H. (2007). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [12] Dalman. (2013). *Keterampilan Membaca*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [13] Dessyana, C. (2018). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- [14] Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. (2019, Maret 26). Jumlah Kepadatan Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kecamatan. Retrieved May 1, 2019, from Open Data Kota Bandung: <http://data.bandung.go.id/dataset/jumlah-penduduk-berdasarkan-kepadatan-penduduk>
- [15] Edy, S. (2016). Pengaruh Intensitas Membaca, Kohevititas Kelompok Referensi dan Kepedulian Klub terhadap Persepsi Individu tentang PSSI dalam Penjatuhan Sanksi Komisi Disiplin pada PSIS Semarang. *Majalah Ilmiah Inspiratif* Vol.1 No.1, 97.
- [16] Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora* Vol

- 18 No 2, 12-24.
- [17] Efendi, R. R. (2020). Pengaruh Media Komunikasi Besoksenin.co Terhadap Perilaku Membaca Masyarakat Kabupaten Majalengka. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- [18] Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- [19] Ekawati, M. (2019). Teori Belajar Menurut Aliran Psikologi Kognitif serta Implikasinya dalam Proses Belajar dan Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 2.
- [20] Evanita, S. (2009). Kajian Iklan Televisi dalam Perspektif Teori Pengaruh Selektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 7 Nomor 3*, 278-281.
- [21] Fauziyah, N., & Nuraeni, R. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Line Today terhadap Meningkatkan Minat Membaca Berita di Kalangan Mahasiswa. *e-Proceeding of Management : Vol.4 No.3*, 3047.
- [22] Felicia, Tiatry, S., & Mularsih, H. (2017). Pengembangan Alat Ukur Motivasi Membaca pada Remaja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni Vol 1 No 2*, 248-258.
- [23] Hastjarjo, T. D. (2004). Berkenalan dengan Psikologi Kognitif. *Jurnal Intelektual Vol.2 No.2*, 2.
- [24] Hijriani, A., Muludi, K., & Andini, E. A. (2016). Implementasi Metode Regresi Linier Sederhana pada Penyajian Hasil Prediksi Pemakaian Air Bersih PDAM Way Rilau Kota Bandar Lampung dengan Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Informatika Mulawarman Vol.11 No.2*, 38.
- [25] Karim, A. (2011). Media Komunikasi. Medan: Institut Agama Islam Negeri.
- [26] Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal ASPIKOM Volume 3 Nomor 5*, 1004-1005.
- [27] Kurio. (2016). Data Statistik Minat Baca Indonesia. Retrieved Februari 22, 2020, from kurio.co.id: <https://blog.kurio.co.id/>
- [28] Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response dalam Menwujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan Vol 2 No 1*, 60-68.
- [29] Lestari, D. (2018). Pengaruh Akun Instagram @hijaberscommunityofficial terhadap Pengetahuan Syiar Islam dan Fashion pada Followers Instagram. *Jurnal FISIP Volume 5 Edisi II*, 2-4.
- [30] Malhotra, N. K. (2007). Marketing Research an Applied Orientation. New Jersey: Pearson.
- [31] McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika.
- [32] Mona, M. G., Kekenusa, J. S., & Prang, J. D. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. *Journal of Dedicators Community Vol.4 No.2*, 200.
- [33] Novianto, A. (2011). Analisis Pengaruh Nilai Tukar (KURS) Dolar Amerika/Rupiah (US\$/Rp), Tingkat Suku Bunga SBI, Inflasi, dan Jumlah Uang Beredar (M2) Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 1991.1 – 2010.6. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- [34] Pandia, I. (2014). Pengguna Smartphone dalam Mendukung Prestasi Belajar Siswa SMPN 1 Kubung Kabupaten Solok Sumatera Barat. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan Vol.15 No.2*, 125-125.
- [35] Pranata, Y., & Amri, A. (2017). Pengaruh Pesan Meme Pendidikan di Media Sosial Instagram terhadap Persepsi Mahasiswa tentang Perkuliahan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Vol 2 No 2*, 95-107.
- [36] Pratiwi, F. D. (2014). Computer Mediated Communication (CMC) dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya. *Jurnal Komunikasi Profetik Vol 2 No 1*, 29-44.
- [37] Puspasari, M. E. (2014). Psikologi Kognitif dalam Proses Kreatif. *Jurnal Komunikasi Visual Vol.5 No.01*, 8.
- [38] Putra, A. D., Kusumawardhani, D. E., & Narhetali, E. (2019). Teknik Intervensi Nudge dengan Pendekatan Norm untuk Meningkatkan Perilaku Membaca Remaja. *Jurnal Psikologi Sosial Vol.17 No.01*, 3-11.
- [39] Putri, D. M. (2018). Pengaruh Media Sosial Line Webtoon terhadap Minat Membaca Komik Pada Mahasiswa Universitas Riau. *Journal of Management Vol.5 N0.1*.
- [40] Ramadani, Z. (2017). Pengaruh Berita Politik Dalam Koran Serambi Indonesia Terhadap Pengetahuan Politik Pemuda Kemukiman Silang Cadek, Kecamatan Baitussalam, Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Vol.2 No.3*, 5.
- [41] Riswanti, C., Halimah, S., Magdalena, I., & Silaban, T. S. (2020). Perbedaan Individu dalam Lingkup Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Dakwah Vol.2 No.1*, 97-98.
- [42] Rusman, & dkk. (2011). Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi : Mengembangkan Profesionalisme Guru. Jakarta: Rajawali Pers. PT Raja Grafindo Persada.
- [43] Santoso, L. V. (2018). Analisis Pengaruh Price, Overall Satisfaction, dan Trust terhadap Intention to Return pada Online Store. *Jurnal Agora Vol.6 No.1*.
- [44] Sarina. (2019). Pengaruh Internet Addiction terhadap Minat Baca Buku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan Vol.1 No.2*, 139.
- [45] Silalahi, U. (2009). Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Refika Aditama.
- [46] Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [47] Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- [48] Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [49] Suhartanto, D. (2013). Analisis Statistik dengan SPSS. Bandung: Politeknik Negeri Bandung.
- [50] Suhartanto, D. (2014). Metode Riset Pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- [51] Suhartanto, D. (2014). Metode Riset Pemasaran. Bandung: Alfabeta.
- [52] Suhartanto, D. (2014). Metode Riset Pemasaran . Bandung : Alfabeta.
- [53] Supriyanto, W., & Iswardiri, R. (2017). Kecenderungan Civitas Akademika dalam Memilih Sumber Referensi untuk Penyusunan Karya Tulis Ilmiah di Perguruan Tinggi. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi Vol.13 No.1*, 82.
- [54] Takariani, C. S. (2011). Studi Eksplanatori Survei tentang Pengaruh Chatting Melalui Facebook terhadap Komunikasi Tatap Muka Remaja dalam Keluarga di Provinsi Jawa Barat dan Banten. *Jurnal Penelitian Komunikasi Vo.14 No.2*, 134.
- [55] Tribun Jabar. (2019, Juni 21). Minat Baca Warga Majalengka Rendah. Pemkab Resmikan Gema Macaku, Bersama Baca Buku 1 Jam. Retrieved Januari 31, 2020, from [Tribunjabar.id: https://jabar.tribunnews.com/2019/06/21/minat-baca-warga-majalengka-rendah-pemkab-resmikan-gema-macaku-bersama-baca-buku-1-jam](https://jabar.tribunnews.com/2019/06/21/minat-baca-warga-majalengka-rendah-pemkab-resmikan-gema-macaku-bersama-baca-buku-1-jam)
- [56] Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 19-22.