

**HUBUNGAN LAYOUT HALAMAN UTAMA SURAT
KABAR PEKANBARU MX
TERHADAP MINAT BACA PEDAGANG PASAR PANAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



OLEH :

ADI FIRMANSYAH

NIM:10643004I31

PROGRAM S1

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2011**

ABSTRAK

Judul : Hubungan *Layout* Halaman Utama Surat Kabar Pekanbaru Mx Terhadap Minat Baca Pedagang Pasar Panam

Penelitian ini dilakukan di Pasar panam dengan tujuan degan rumusan masalah apakah ada hubungan layout halman utama Pekanbaru MX terhadap minat baca pedagang pasar panam?. Adapun tujan penelitian ini adalah untuk menetahwipegaruh layoutbtergadap minat baca pedagang pasar panam.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Variabel bebas (X) atau sebagai objek pada penelitian ini adalah *layout* surat kabar dan variabel terikat (Y) atau sebagai subjek adalah pedangan pasar yang membaca surat kabar Pekanbaru MX.

Jumlah sampel dalam penelitain ini 30 orang, diambil dari populasi 271 orang dengan menggunakan teknik *random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Setelah data terkumpul dan dimasukkan kedalam tabel, diuji validitas dan reabilitas pertanyaanya, serta dianalisis. Analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, untuk mengetahui hubungan variabel bebas dan terikat digunakan uji *coeficient correlation product moment*.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, pengaruh antara *lay out* surat kabar Pekanbaru MX terhadap minat baca pedagang Pasar Panam. Tingkat pengaruh *layout* surat kabar Pekanbaru MX terhadap minat baca pedagang pasar panam pada kategori kuat denga nilai 0.737. yang artinya bahwa dengan *layout* yang menarik dapat menimbulkan minat baca.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul	5
C. Penegasan Istilah	5
D. Rumusan masalah	7
E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional	8
G. Metode Penelitian	24
H. Sistematika Penulisan	27
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	28
A. Sejarah Singkat Perusahaan	28
B. Menejemen Perusahaan	31
C. Visi	31
D. Misi	32
E. Pembagian rubrik Surat Kabar Pekanbaru Mx	32
F. Stuktur Oganisasi Surat Kabar Pekanbaru Mx	33
G. Sistem kerja wartawan Surat Kabar Pekanbaru MX	36

BAB III PENYAJIAN DATA	43
A. Penyajian Data <i>Lay Out</i> (Variabel X) Halaman Utama Surat Kabar Pekanbaru MX	43
B. Penyajian Data Minat Baca (Variabel Y) Pedangang Pasar Panam	52
BAB IV ANALISIS DATA	57
A. Uji Validitas dan Reabilitas <i>Lay Out</i> (VariabelX) HalamanUtama Pekanbaru MX Uji Validitas dan Reabilitas Minat Baca (Variabel Y) pedagang pasar panam	57
B. Analisis Pengaruh <i>Lay Out</i> Halaman Utama Pekanbaru MX Terhadap Minat Baca Pedagang Pasar Panam	59
 BAB V KESIMPULAN	 61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Surat kabar sebagai komoditi (diperjualbelikan) pertama kali dibuat di Amerika Serikat, ketika seorang tukang cetak berkebangsaan Inggris Benjamin Harris hijrah ke Amerika tahun 1690. Surat kabar pertama yang diterbitkannya diberi nama “*Public Occurrences Both Foreign and Domestic*”. (Totok Djuarto, 2004 :05).

Syarat bagi kehidupan surat kabar adalah memiliki lapangan pembaca. Tulisannya harus dapat membangkitkan keinginan pembaca, wartawan harus mempunyai keinginan untuk memikat pembaca dengan tulisan-tulisan yang dihasilkannya. Apa yang tercetak di surat kabar adalah dengan maksud melayani pembaca untuk mendapatkan informasi yang aktual, sesuai dengan keinginan, selera, dan kepentingan pembaca. Nilai dari informasi yang tercetak itu terletak pada kemampuan penulis dalam menyusunnya. Pembaca mendapatkan sesuatu yang baru dan berharga.

Ibarat sebuah toko yang mencoba menarik pengunjung untuk berbelanja, biasanya yang ampuhnya toko akan membuat merek tokonya dengan mencolok. Bahkan dengan memasang lampu yang berwarna warni.

Begitu juga dengan para *layouter* surat kabar mereka akan melakukan . srateginya sama dengan memasang merek toko tersebut. Dengan merek toko,

kita sudah dapat membayangkan kira-kira apa yang ada atau apa yang dijual ditoko tersebut agar para konsumen tertarik untuk membeli.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi pada sekarang ini menjadi hal yang menarik untuk diikuti, teknologi yang berkembang memungkinkan *layout* surat kabar atau koran dibuat dengan menggunakan program komputer dengan hasil yang sangat baik.

Dengan adanya program komputer yang dapat mendesain *layout*, memudahkan desainer atau *layouter* surat kabar dalam menata halaman dengan baik dan indah di lihat, sehingga pembaca tidak merasa kesulitan memahami dan melihat isi atau konten didalam surat kabar.

Layout berita yang didesain agar pembaca merasa puas, serta mampu untuk menggiring pembaca kepada berita yang dibuat oleh wartawan media cetak sebagai sumber informasi. Adanya desainer *layout* pada sebuah media sangat mendukung sekali dalam pembentukan halaman koran yang baik dan indah agar tidak membingungkan bagi pembacanya, mulai dari penempatan tulisan, gambar, hingga desain grafisnya

Selain penyajian dan *layout*, isi dari pemberitaannya juga memegang peranan penting dalam keberhasilan sebuah surat kabar untuk merangkul pembacanya. Dengan penyajian *layout* tersebut akan menghasilkan suatu karya grafis yang menarik minat baca dan indah dipandang serta berkesan bagi pembaca.

Undang–Undang Pers Nomor 40 tahun 1999 tentang pers dan kode etik jurnalistik. Pada Bab I, pasal I ayat 1 “Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyamapaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.”

Dimulai dari informasi masalah politik, ekonomi, bisnis, budaya, kriminal, dan olahraga. Semua berita yang disampaikan memiliki daya tarik tersendiri bagi pembacanya dan tergantung pilihan pembaca, ingin berita apa dan semuanya tersaji didalam satu Koran.

Jurnalistik cetak maupun jurnalistik elektronik, berita merupakan inti utama, sehingga tak heran bila dijumpai ribuan definisi yang diberikan oleh ahlinya. Salah satu definisi berita yang dikemukakan oleh Prof. Mitchel V Charnley dalam bukunya “Reporting” berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting atau kedua-duanya, bagi sejumlah masyarakat (Rousyidi, 1989: 141).

Untuk menjadi orang yang berilmu salah satu kuncinya adalah dengan membaca. Karena membaca adalah pintu pertama dibukakannya ilmu pengetahuan. Membaca merupakan bagian dari kegiatan dan kemampuan yang dimiliki manusia.

Membaca merupakan salah satu di antara empat keterampilan berbahasa yaitu menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Kesemua hal tersebut

penting untuk dipelajari dan dikuasai oleh setiap individu. Dari kegiatan membaca, seseorang dapat bersantai, berinteraksi dengan perasaan dan pikiran, memperoleh informasi, dan meningkatkan ilmu pengetahuannya (Pubianti, 2008: 3).

Surat kabar Pekanbaru MX merupakan salah satu surat kabar yang sedang berkembang di kota Pekanbaru. Berita yang disajikan akurat dan dapat dipercaya, yang memuat berita kriminal dan hiburan yang terjadi di kota Pekanbaru khususnya. Dan kejadian nasional umumnya.

Penulis melakukan penelitian pada halaman pertama di Surat kabar Pekanbaru MX karena Surat kabar Pekanbaru MX mengandalkan enceran dari para langganan, dan untuk menarik pembaca surat kabar Pekanbaru MX para *layouter* membuat desain halaman utama yang sangat menarik dan berbeda dengan surat kabar yang ada di Pekanbaru.

Melihat dari berita yang disajikan Pekanbaru MX, seputar kriminal seperti pencopetan, pemerkosaan, perampokan dan kriminal lainnya. Maka dapat diketahui para pembaca surat kabar Pekanbaru Mx adalah masyarakat menengah kebawah. Seperti supir oplet, buruh bangunan, pedagang pasar dan lain-lain.

Berpijak dari keterangan di atas, penulis memilih lokasi pasar panam kecamatan tampan kota pekan baru sebagai tempat penelitian.

Melihat permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang *layout* pada halaman utama surat kabar pekanbaru MX dengan

judul “**Hubungan *Layout* Halaman Utama Surat Kabar Pekanbaru MX Terhadap Minatbaca Pedangan Pasar Panam.**”

B. Alasan Pemilihan Judul

Judul ini perlu diteliti karena penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *layout* halaman utama surat kabar Pekanbaru MX terhadap minat baca pedangang pasar Panam. Dalam pemilihan judul ini penulis mempunyai beberapa alasan, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Judul ini menarik, karena *layout* surat kabar memiliki tampilan yang menarik.
- b. Judul ini berkaitan dengan jurusan yang penulis ambil yaitu Ilmu Komunikasi konsentrasi jurnalistik, dimana surat kabar Pekanbaru MX merupakan bagian komunikasi massa dan media jurnalistik cetak.
- c. Dari pengetahuan penulis belum ada pihak lain di kampus UIN Sultan Syarif Kasim Riau, yang meneliti dengan judul yang sama.
- d. Dengan judul ini penulis merasa mampu untuk melakukan penelitian, karna lewat pertimbangan waktu letak pengambilan data,biaya dan asfek lainnya

C. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dan menghindari kesalah pahaman terhadap penelitian ini, perlu dijelaskan dan ditegaskan makna dari judul diatas tersebut.

Ada pun kata-kata penting yang perlu dijelaskan maknanya sebagai berikut:

a. Hubungan

Hubungan adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi atau sesuatu yang dapat mengubah dan membentuk sesuatu yang lain. (Js. Badudu dan sutan Moh Zein, 1994). Sementara W.J Purwadarminta (1990) hubungan adalah “ Daya yang ada atau timbul dari sesuatu ” Yang dimaksud dengan hubungan dalam penelitaian disini adalah daya atau kekuatan yang timbul dari suatu variabel yang menghubungkan variabel yang lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh disini diartikan sebagai suatu daya yang dapat menyebabkan timbulnya sesuatu yang lain.

b. Layout

Layout didalam bahasa memiliki arti tata letak. Sedangkan menurut istilah, *layout* merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dll) menjadikan komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Di sini diperlukan pertimbangan ketika sedang mendesain suatu informasi yang seefektif mungkin. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan (Mohawk, 2009).

c. Halaman Utama

Halaman Pertama surat kabar memuat berita – berita utama atau yang dianggap penting. (Kurniawan Junaidhie, 1991: 34)

d. Minat Baca

Minat baca adalah sebagai sikap positif dan adanya rasa keterikatan dalam diri terhadap aktivitas membaca dan tertarik terhadap buku bacaan (Junaedi, 2009)

e. Pekanbaru MX

Pekanbaru MX adalah nama sebuah surat kabar yang berada di Pekanbaru. yang merupakan salah satu anak cabang dari Riau Pos yang beralamat di jalan KH. Ahmad Dahlan No. 14 Sukajadi Telp (0761-855758)

f. Pedagang

Orang yang berkerja utuk memenuhi kehidupan sehari- hari dengan berdagang. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005)

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah apakah ada hubungan *layout* halaman utama Pekanbaru MX terhadap minat baca pedagang Pasar Panam?

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *lay out* surat kabar Pekanbaru MX terhadap minat baca pedagang Pasar Panam.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat peneliti melakukan penelitian ini adalah :

- a. Sebagai penyelesaian tugas akhir, guna memperoleh gelar sarjana pada jurusan ilmu komunikasi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU.
- b. Sebagai referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, Pers dan Grafika, serta rekan-rekan wartawan dan berbagai pihak yang akan mengadakan penelitian tentang *layout*, khususnya di surat kabar Pekanbaru MX.
- c. Untuk menambah pengetahuan penulis terutama yang berkaitan dengan penelitian ini (*layout* sebuah surat kabar dan minat baca masyarakat).

F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1. Kerangka Teoritis

a. Pengertian *Layout*

Layout didalam bahasa memiliki arti tata letak. Sedangkan menurut istilah, *layout* merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dll) menjadikan komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Di sini diperlukan pertimbangan ketika sedang mendesain suatu informasi yang seefektif mungkin. Tujuan utama *lay out* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan (Mohawk, 2009).

Lanskap, ekterior, interior gedung atau ruangan, juga lokasinya, menimbulkan efek tertentu pada manusia. Oleh karena itu manusia hidup dalam suatu ruang fisik, mereka terikat atau dipengaruhi oleh ruang fisik tersebut (Mulyana, 2004: 227).

Tata letak pada dasarnya adalah penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip tata letak yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi yang mantap. Pada dasarnya suatu komposisi yang mantap merupakan penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi (Kusmiati, 1991: 1).

PGI (Persatuan Grafis Indonesia) menyebutkan bahwa seorang desainer (perancang wajah koran) suatu bahan cetakan seperti aktor dipanggung teater. Ia adalah yang memberi hidup dalam cetak ungkapan kepada jumlah cerita. Tapi seorang desainer mengungkapkan semuanya lewat visual tipografis, tata letak (*layout*) dan perwajahan. Barang cetakan yang isinya bagus bisa tidak laku sama sekali jika tata letaknya jelek.

b. Elemen-elemen Dalam Desain

Elemen atau unsur merupakan bagian dari suatu karya desain. Elemen-elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain. Masing-masing memiliki sikap tertentu terhadap yang lain. Elemen-elemen seni visual tersusun dalam satu bentuk organisasi dasar prinsip-prinsip

penyusunan atau prinsip-prinsip desain. Dalam hal ini, susunan tersebut sering kali dijadikan dasar pertimbangan atau suatu kritik seni.

Seorang desainer, dengan akal dan perasaannya, membangun emosinya. Secara bersamaan, elemen-elemen itu dapat pula memancing berbagai sensasi. Menimbulkan persepsi yang merangsang, memberi sugesti, dan memperkaya imajinasi orang yang melihatnya (Kusrianto, 2007: 29).

c. Variabel Penyusunan Unsur Visual

Unsur-unsur visual dalam desain grafis disusun berbagai kemungkinan efek penampilan bervariasi. Variabel penyusunan unsur-unsur visual meliputi :

- 1) Kedudukan, masalah dimana suatu objek yang terbentuk oleh unsur-unsur visual ditempatkan
- 2) Arah, pilihan mengenai ke arah mana objek dihadapkan dan bagaimana efeknya terhadap objek lainnya.
- 3) Ukuran, menentukan besar kecilnya sesuai peranannya
- 4) Jarak, bentuk dan jumlah berpengaruh pada kepadatan, bobot, dan keleluasaan ruang atau bidang di mana objek dihadirkan (Kusrianto, 2007: 33-34).

d. Aspek *Layout*

Aspek ini merupakan aspek terpenting dalam *layout*. Proses *lay out* adalah upaya mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti huruf (teks), garis, foto, gambar, dan ornamen-ornamen, serta grafis

dalam suatu bidang cetak sehingga melahirkan bentuk yang merupakan rancangan atau bentuk coba-coba dalam sebuah halaman media cetak. Oleh karena itu *lay out* harus dirancang secara seksama dan sebagus mungkin dengan cara menentukan gagasan, unsur-unsur, hubungan gagasan dengan unsur-unsur serta urutan yang akan dipakai.

e. Konsep Desain *Layout*

Desain *layout* tidak memiliki aturan dan hukum yang universal, semuanya serba relatif. Bagi seorang desainer yang baik, berkarya dalam suatu proyek tidak akan pernah sama dengan karya pada proyek yang lain, karena dalam berkarya akan terdapat misi yang berbeda. Yaitu ditujukan kepada publik yang berbeda, klien yang berbeda, atau yang jelas untuk menyampaikan isi informasi yang berbeda (Kusrianto, 2007: 276).

f. Prinsip *Layout* Yang Baik

- a. Proporsi, proporsi yang dimaksud adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya.
- b. Keseimbangan, prinsipnya suatu pengaturan agar penempatan elemen dalam suatu halaman memiliki efek seimbang.
- c. Kontras / Fokus, yaitu elemen yang dominan atau menonjol untuk mendapatkan fokus perhatian.
- d. Irama, penggunaan pola warna maupun motif yang diulang. Supaya diperoleh irama, anda harus membuat beberapa elemen tetap yang

diulang-ulang polanya. Sehingga, pembaca masih bisa mengikuti alur dari publikasi anda melalui ciri dari desain *lay out* tersebut.

- e. Kesatuan, hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri serta memiliki ciri sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh (Kusrianto, 2007: 279-285).

Memilih jenis huruf dan ukuran huruf perlu dilakukan secara cermat dalam menata letakkan suatu bahan cetakan. Yang perlu dilakukan adalah dengan cara :

- 1) Klasifikasi atau pengelompokan huruf
- 2) Ukuran ketebalan (*bold*) dan ketipisan (*light*) huruf
- 3) Kemiringan huruf
- 4) Kolom atau hasil gambar yang terdiri baris kata-kata
- 5) Ruang kosong
- 6) Garis-garis, sesuai dengan *style* yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

Menurut Turnbull dan Baird, *layout* berfungsi sebagai berikut:

- 1) Untuk menarik atau menimbulkan perhatian terhadap pesan yang disajikan.
- 2) Untuk menyajikan pesan sedemikian rupa sehingga mudah dibaca dan dimengerti.
- 3) Untuk membuat sesuatu yang berkesan.

Bidang cetak adalah bagian dari lembaran suatu bahan cetakan yang bakal dikenai unsur-unsur tipografis. Bidang ini tidak selamanya putih polos, bisa jadi berwarna atau diberi raster (berlatar belakang). Sebaiknya bidang cetak dapat dicerahkan dengan *layout* dan mesti sepadan dengan unsur-unsur lainnya dalam cetakan.

Untuk kertas ukuran standar biasanya bidang cetak terletak diantara empat margin, yaitu atas, kiri, kanan, dan bawah yang tidak sama besar. Dari bidang yang akan dicetak dengan huruf-huruf yang relatif kecil, sebaiknya pinggiran halaman juga relatif sempit, begitu pula sebaliknya.

Sebagai cara untuk memperoleh posisi bidang cetak yang baik adalah sebagai berikut :

- 1) Mengikuti *style* yang sudah ditentukan
- 2) System *medial section* atau bandingan tengah
- 3) Sistem aturan pokok
- 4) Metode baru dengan metode modern

Komposisi dalam *layout* media cetak lebih menitik beratkan pada bentuk penyusunan unsur-unsur tipografis dalam suatu lembaran cetak sehingga menarik dan mudah dibaca. Selain itu komposisi warna juga penting, warna yang terbaik dalam tipografis adalah warna hitam, atau pilihan layar belakang yang berwarna bisa ditentukan melalui berita itu sendiri. Karena warna yang tergelap, kuat, agak dingin, dan netral bisa dinentukan melalui nilai berita. Warna lain juga bisa ditambahkan untuk

maksud estetika penataletakan. Tapi jumlah warna hendaknya digunakan dengan jumlah yang benar. Satu atau dua dinilai sudah cukup untuk menonjolkan sesuatu. Penggunaan warna terlalu banyak justru dapat merusak wajah barang cetakan.

Beberapa jenis *layout* yang dikenal diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) *Symmetrical lay out* disebut juga *foundry/vertical lay out*, karena seperti jamur, letak berita-beritanya seimbang. Tentu saja kelihatan stasis dan kolot karena dari *hard* ke *hard* bentangnya tetap saja. *Lay out* seperti ini digunakan oleh the New york Time.
- 2) *Informal balance lay out*, banyak dipakai oleh banyak surat kabar karena mengarah kepada kesempurnaan suatu keseimbangan. Foto yang hitam akan lebih baik jika diletakan di kanan atas halaman dan akan kelihatan berat kalau diletakan dibagian bawah halaman.
- 3) *Quadrat lay out*, atau tata rias segi empat sangat baik untuk surat kabar yang akan dijual di pinggir jalan secara enceran karena koran akan berlipat empat dan pada seperempat bagian yang tampak itu akan diperlihatkan berita-berita penting dan menarik.
- 4) *Brace lay out*, menonjolkan suatu berita besar *lay out* seperti ini sering menggunakan "*Banner Headline*", judul panjang. Berita penting ditempatkan disebelah kanan surat kabar sehingga mengikat pandangan pembaca ke sana kemudian judul lain disebelah kiri dan sebelah kanan lagi.

- 5) *Circus lay out*, tata rias karnaval karena ramainya depan semua judul berita dipamerkan dihalaman pertama isinya dihalaman lain.
- 6) *Horizon lay out*, tata-riasi mendatar judul berita dibuat mendatar dengan berita yang tidak terlalu panjang.
- 7) *Function lay out*, tata rias yang setiap hard berubah bergantung kepada perkembangan dan isi berita hard itu. Bila terjadi hal-hal keluar biasa sering dipakai apa yang disebut “*skyline heads*”. Jadi ada gejala pemindahan nama tempat nama surat kabar itu sendiri (Djoeadja, 2009).

Selain itu dalam penyajian berita pada surat kabar haruslah mengikuti ketentuan bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik adalah bahasa komunikasi massa yang dipergunakan dalam majalah, surat kabar, televisi, dan radio. Secara umum bahasa-bahasa jurnalistik tidak berbeda dengan bahasa tulisan lainnya.

Adapun ciri khusus bahasa jurnalistik adalah :

1. Lugas
2. Sederhana, lazim dan umum
3. Singkat dan padat
4. Sistematis dalam penyajian
5. Berbahasa netral dan tidak memihak
6. Menarik

Beberapa ketentuan khusus berbahasa jurnalistik yaitu :

1. Penggunaan kalimat pendek
2. Penggunaan kalimat aktif
3. Penggunaan bahasa positif (Yurnaldi, 1992: 50).

g. Pengertian Minat Baca

Aiken (1994) mengungkapkan definisi minat sebagai kesukaan terhadap kegiatan melebihi kegiatan lainnya. Minat merupakan gambaran sifat dan ingin memiliki kecenderungan tertentu. Minat juga diartikan suatu momen dari kecenderungan yang terarah secara intensif pada suatu tujuan atau objek yang dianggap penting. Objek yang menarik perhatian dapat membentuk minat karena adanya dorongan dan kecenderungan untuk mengetahui, memperoleh, atau menggali dan mencapainya. Aspek minat terdiri dari aspek kognitif dan aspek afektif. Aspek kognitif berupa konsep positif terhadap suatu obyek dan berpusat pada manfaat dari obyek tersebut. Aspek afektif nampak dalam rasa suka atau tidak senang dan kepuasan pribadi terhadap obyek tersebut.

Membaca dapat disimpulkan sebagai suatu proses yang melibatkan penglihatan dan tanggapan untuk memahami bahan bacaan yang bertujuan untuk memperoleh informasi atau mendapatkan kesenangan (Almaipii, 2007).

Menurut kamus bahasa Indonesia Minat adalah perhatian, kesukaan, kecendrungan hati. Sedangkan membaca adalah melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis (dengan melisankan atau hanya dalam

hati), mengeja atau melafalkan apa yang tertulis (Baskoro, 2005: 102 dan 463).

Membaca adalah proses untuk memperoleh pengertian dari kombinasi beberapa huruf dan kata. Membaca adalah proses untuk mengenal kata dan memadukan arti kata dalam kalimat dan struktur bacaan. Hasil akhir dari proses membaca adalah seseorang mampu membuat intisari dari bacaan (Sandjaja, 2005).

Lilawati dalam Sandjaja (2005), mengartikan minat membaca adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap kegiatan membaca sehingga dapat mengarahkan seseorang untuk membaca dengan kemauannya sendiri.

Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah Proyek Pengembangan Buku dan Minat Baca dalam Nurbiyanti (2009: 20-26) menjelaskan, Minat baca adalah keinginan kuat yang disertai usaha-usaha seseorang atau masyarakat untuk membaca dan orang yang mempunyai minat baca yang besar ditunjukkan oleh usaha memperoleh bahan bacaan, menyediakan waktu untuk membaca, alasan dan tujuan membaca, serta kesadaran akan manfaat membaca. Orang yang mempunyai minat baca yang kuat akan menjadikan membaca sebagai suatu kebiasaan sekaligus kebutuhan, penghargaanannya terhadap bahan-bahan bacaan, orang yang membaca, tempat-tempat dan kegiatan yang berkaitan dengan membaca juga akan meningkat.

h. Teknik Membaca

a) Membaca Bersuara

Membaca teknis bertujuan untuk menambah kelancaran mengubah lambang-lambang tertulis menjadi suara atau ucapan yang mengandung makna. Dalam membaca teknis yang perlu diperhatikan adalah pelafalan *vocal* maupun konsonan, nada/lagu ucapan, penguasaan tanda-tanda baca, pengelompokan kata/frase ke dalam satuan-satuan ide, kecepatan mata, dan ekspresi.

b) Membaca Dalam Hati.

Membaca dalam hati ialah cara atau teknik membaca tanpa suara. Jenis membaca ini perlu lebih ditekankan kepada pemahaman isi bacaan. Membaca dalam hati lebih banyak menggunakan kecepatan gerak mata, mengingat gerakan mata lebih cepat menanggapi apa yang dibaca, maka membaca dalam hati lebih cepat prosesnya daripada membaca teknis. Karena itu dalam kehidupan sehari-hari kita lebih banyak menggunakan membaca dalam hati dalam kegiatan membaca / wacana apapun.

c) Membaca Cepat

Membaca intensif, membaca sekilas, dan membaca ekstensif. Semuanya itu dapat masuk ke dalam jenis membaca cepat. Tujuan yang hendak dicapai melalui membaca cepat ialah melatih kecepatan gerakan mata pada saat membaca.

d) Membaca Bahasa

Tujuan yang hendak dicapai dengan membaca bahasa ialah untuk menambah keterampilan dalam menggunakan makna bahasa, makna kalimat/kata yang digunakan dalam konteks kalimat tertentu, penggunaan suatu kata dalam konteks yang berbeda-beda, ketepatan penggunaan imbuhan, tanda baca, dan susunan kata/kalimat.

e) Membaca Indah (Estetis)

Pokok masalah dalam membaca indah ialah cara membaca yang menggambarkan penghayatan keindahan dan keharuan yang terdapat pada bacaan. Misalnya membaca puisi.

f) Membaca Bebas (Perpustakaan)

Tujuan membaca bebas ini ialah untuk menumbuhkan kegemaran membaca dan menambah pengetahuan.. Latihan membaca bebas pada hakekatnya bertujuan untuk menanamkan kebiasaan membaca. Dengan membaca bebas ini dapat memotivasi kita untuk memanfaatkan waktu luang dengan membaca (Almaipii, 2007).

i. Tujuan Minat Baca

Secara umum minat baca mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a) Mewujudkan suatu sistem penumbuhan dan pengembangan nilai ilmu yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- b) Mengembangkan masyarakat baca/*reading society* lewat pelayanan masyarakat perpustakaan dengan penekanan pada penciptaan

lingkungan baca untuk semua jenis bacaan pada semua lapisan masyarakat (Supriyono, 1998: 45).

j. Pembagian Golongan Minat Baca

Minat baca dapat digolongkan menjadi :

- a) Minat baca spontan, yaitu kegiatan membaca yang dilakukan atas kemauan inisiatif pribadi, tanpa pengaruh dari pihak lain atau pihak luar.
- b) Minat baca terpola yaitu kegiatan membaca yang dilakukan masyarakat sebaga hasil atau akibat pengaruh langsung dan disengaja melakukan serangkaian tindakan dan program yang terpola terutama kegiatan belajar mengajar di sekolah. (Kusrianto, 2007: 280)

k. Manfaat Membaca

Menurut Gray & Rogers dalam Supriyono (1998) menyebutkan beberapa manfaat membaca, antara lain :

- a. Meningkatkan Pengembangan Diri
Dengan membaca seseorang dapat meningkatkan ilmu pengetahuan. Sehingga daya nalarnya berkembang dan berpandangan luas yang akan bermanfaat bagi dirinya maupun orang lain.
- b. Memenuhi Tuntutan Intelektual
Dengan membaca buku, pengetahuan bertambah dan perbendaharaan kata-kata meningkat, melatih imajinasi, dan daya pikir sehingga terpenuhi kepuasan intelektual.
- c. Memenuhi Kepentingan Hidup

Dengan membaca akan memperoleh pengetahuan praktis yang berguna dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya dengan membaca cara perawatan buku, maka akan diperoleh pengetahuan perawatan buku.

d. Meningkatkan Minatnya Terhadap Suatu Bidang

Seseorang yang senang buku internet misalnya dengan makin membaca buku-buku tentang internet, minatnya akan meningkatkan untuk mempelajarinya lebih mendalam.

e. Mengetahui Hal-hal yang Aktual

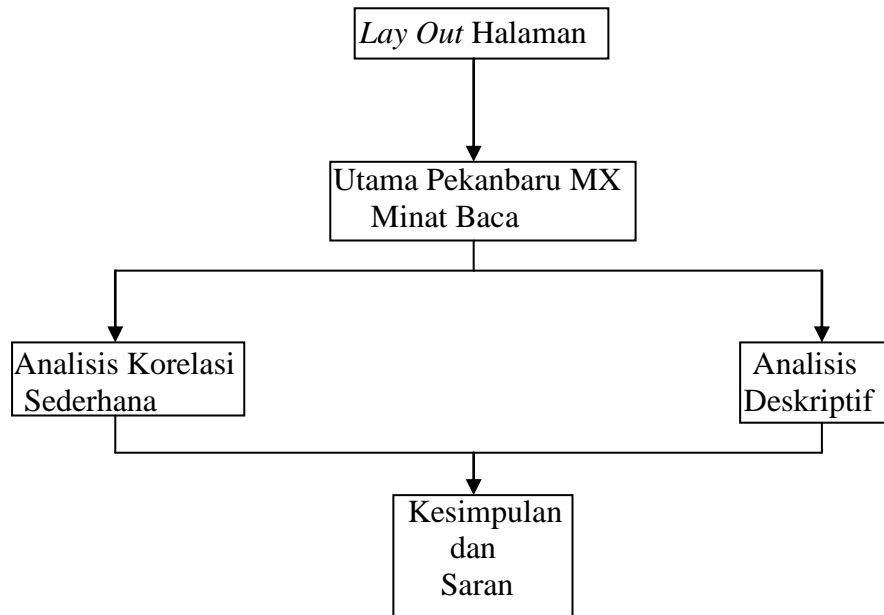
Dengan membaca seseorang dapat mengetahui peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkungan tanpa harus pergi ke lokasi, misalnya : adanya gempa bumi, banjir, kebakaran dan peristiwa yang lain. (Supriyono, 1998: 46)

Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini *Uses and gratification*. dalam model ini, khalayak dianggap secara aktif menggunakan media massa atau surat kabar untuk mencari informasi yang dibutuhkan di mana pun mereka berada. Informasi yang disebarkan melalui media massa atau surat kabar harus sesuai dengan kebutuhan khalayak. Jadi khalayak terlibat dalam suatu proses komunikasi massa dan mereka dapat mempengaruhi untuk memenuhi kebutuhan mereka.

2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah penjabaran dari apa yang akan dilakukan sehingga tidak menyimpang dari apa yang telah ditetapkan. Secara sederhana dapat dipahami melalui gambar di bawah ini:

Gambar 1. Kerangka pemikiran



Pada gambar kerangka pemikiran dapat terlihat bahwa, diduga terdapat pengaruh antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca masyarakat. Hal ini dianalisis menggunakan analisis regresi sederhana dan analisa deskriptif. Dan dapat diambil kesimpulan dan saran bagi surat kabar dan masyarakat.

3. Konsep Operasional

a. Layout

Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk memberikan kemudahan dalam menjelaskan konsep teori hubungan *Layout* halaman utama Pekanbaru MX terhadap minat baca pedagang Pasar Panam. Menurut penulis mendefinisikan tata letak di sini ialah menggabungkan beberapa unsur menjadi satu kesatuan, diukur dari:

- a. Tampilan
- b. Pemilihan gambar
- c. Penempatan gambar
- d. Warna gambar
- e. Pemilihan Huruf
- f. Pemilihan berita
- g. Penempatan iklan

b. Minat Baca

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diketahui indikator dari minat baca adalah :

- a. Perasaan senang membaca
- b. Mamfaat membaca
- c. Menyediakan waktu untuk membaca
- d. Usaha untuk memperoleh bahan bacaan
- e. Keinginan untuk membaca

4. Hipotesis

Berdasarkan kajian-kajian teoritis yang diuraikan maka dapat dirumuskan hipotesa, yaitu “Adanya hubungan antara *layout* halaman utama surat Kabar Pekanbaru MX terhadap minat baca pedagang pasar Panam.”

G. Metode Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Penelitian ini merupakan metode penelitian korelasional yaitu metode yang mencari suatu hubungan. Metode ini meneliti sejauh mana variasi pada faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain (Rakhmat, 2007: 27).

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pasar Panam kecamatan Tampan, Pekanbaru. Waktu penelitian dilaksanakan selama satu bulan, sejak 1 Oktober 2010 - 31 Oktober 2010.

3. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah pedagang Pasar Panam yang membaca surat kabar pekanbaru MX.
- b. Objek penelitian adalah pengaruh *layout* halaman utama surat kabar Pekanbaru MX dengan minat baca.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah Keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2006 : 130) Populasi penelitian ini adalah pedagang pasar panam yang membaca surat kabar Pekanbaru MX , sedangkan jumlah pedagang pasar panam yang membaca surat kabar pekanbaru MX adalah 30 orang .

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Jika jumlah subjeknya dibawah dari seratus, maka dapat diambil seluruh jumlah populasi yang ada (Arikunto, 2006: 134).jadi sample yang diambil sebanyak 30 orang.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket dan dokumentasi. Angket adalah yaitu membuat daftar pertanyaan secara tertulis dan disebarakan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan alternatif jawaban

6. Teknik Analisis Data

- a. Metode analisis *korelasi product moment*. Teknik analisa data yang digunakan penulis dalam penulisan ini adalah Deskriptif Kuantitatif menjelaskan permasalahan yang diteliti dengan bentuk angka-angka dengan rumusan korelasi *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *Product Moment*.

N = jumlah individu dalam sampel.

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y (Bungin, 2008: 197)

Kriteria analisis:

Tingkat hubungan antara *layout* surat kabar Pekanbaru MX dengan minat baca pedagang pasar Panam dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi *product moment* (r_{xy}), yaitu jika nilai koefisien korelasi *product moment* (r_{xy}) positif maka hubungan bersifat searah. Hubungan semakin kuat jika nilai koefisien korelasi *product moment* (r_{xy}) mendekati nilai 1. Apabila nilai koefisien *product moment* (r_{xy}) negatif, maka hubungan bersifat berlawanan arah dan semakin kuat jika nilai korelasi *product moment* (r_{xy}) mendekati nilai -1. Tidak ada hubungan atau hubungan semakin lemah jika nilai koefisien korelasi *product moment* (r_{xy}) mendekati nilai atau sama dengan 0.

Untuk menentukan keeratan hubungan antara variabel tersebut, maka ada beberapa nilai *koefisien korelasi* (KK) sebagai patokan, yaitu:

1. Kurang dari 0,20 korelasi rendah/lemah sekali
2. 0,20 - 0,40 korelasi rendah/lemah tapi pasti
3. 0,40 - 0,70 korelasi yang cukup berarti
4. 0,70 - 0,90 korelasi yang tinggi, kuat
5. Lebih dari 0,90 korelasi yang sangat tinggi, kuat sekali dan dapat diandalkan (Rakhmat, 2007: 29).

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari taraf probabilitas signifikan yang ada (*P value*) yang merupakan hasil perbandingan r hitung dari r tabel. Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha=0,05$. Apabila r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel maka dapat disimpulkan adanya hubungan

yang signifikan antara kedua variabel dan sebaliknya. Pengolahan data uji coba kuisioner dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 15.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara keseluruhan penelitian ini, disusun dalam sistematika penulisa sebagai berikut:

BAB I. Merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis dan konsep operasional, metode penelitian, analisa data dan sistematika penulisan.

BAB II. Bab ini membahas tentang gambaran umum surat kabar pekanbaru MX, sejarah umum dan struktur organisasi.

BAB III. Pada bab ini disampaikan tentang data yang disajikan, pembahasan ini berisikan tentang hasil dari perolehan data dengan menggunakan angket.

BAB IV. Analisis Data

BAB V. Penutup, berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN

BAB II

GAMBARAN UMUM SURAT KABAR HARIAN PEKANBARU MX

A. Sejarah surat kabar harian pagi Pekanbaru MX

Surat kabar Pekanbaru MX pada awalnya berada dalam salah satu rubrik Pekanbaru Pos. Karena Pekanbaru Pos juga menyajikan berita yang bersifat umum/nasional, maka pada tanggal 3 April 2006 atas persetujuan dari Bapak Ria K Liamsi dibentuklah Pekanbaru MX (Metro Xpress) yang berdiri serta secara khusus membahas cerita-cerita murni kriminal, meskipun sudah berdiri sendiri, Pekanbaru MX masih satu naungan dengan Pekanbaru Pos, yakni dibawah PT. Utusan Intergrafika yang merupakan sister company PT. Riau Pos Intermedia penerbit Riau Pos Group.

Surat kabar harian pekanbaru MX merupakan salah satu media informasi yang khusus membahas tentang berita-berita kriminal, pertimbangan ini dilakukan karena sudah cukup banyak media informasi yang menyajikan berita-berita politik, sehingga timbul kejenuhan dengan berita tersebut. Akhirnya Manajemen Riau Pos Media Group berinisiatif untuk mendirikan surat kabar yang khusus menyorot peristiwa-peristiwa kriminal yang terjadi di Riau.

Sekretariat Pekanbaru MX berada di jalan KH. Ahmad Dahlan No. 14 Sukajadi Pekanbaru. Tujuan berdirinya surat kabar harian Pekanbaru MX ini adalah untuk memberikan pendidikan dari berbagai macam peristiwa kriminal

yang terjadi di masyarakat, sehingga dapat berhati-hati supaya tidak menimpa masyarakat pada umumnya dan masyarakat di Riau pada khususnya.

Pekanbaru MX merupakan surat kabar merupakan surat kabar yang cukup banyak diminati oleh masyarakat, selain harganya yang relative murah beritanya juga menarik perhatian pembaca, ini terbukti dari jumlah oplah Pekanbaru MX yang terus meningkat dari jumlah oplah 3.000 eksemplar menjadi 15.000 eksemplar bahkan saat ini penjualannya telah mencapai 30.000 eksemplar, dengan 32 halaman. dan dua kali terbit dalam sehari pukul 07.00 dan pukul 17.00. Segmen ini pasarnya pun tersebar hamper seluruh Riau daratan seperti Inhil, Inhu, Dumai, Siak, Rohul, Ujung tanjung, Bengkalis, Duri dan Kampar.

Surat kabar harian Pekanbaru MX cukup banyak dinikmati oleh masyarakat, hal ini dapat dilihat dari oplah penjualan yang terus meningkat dimulai dari 3000 eksemplar bahkan saat ini oplah penjualan mencapai 30.000 eksemplar dengan rata-rata penjualannya 25.000 eksemplar perharinya.”Hasil Wawancara Dengan Saidul Tombang, pimpinan umum pekanbaru MX 2010)

gambaran media surta kabar Pekanbaru MX dapat dilihat sebagai berikut :

1. Nama Surat Kabar : Pekanbaru MX (Metro Xpress)
2. Alamat Redaksi : Jl KH. Ahmad Dahlan No. 14 Sukajadi
Pekanbaru
3. Rubrik Berita : Pekanbaru Metro Xpress, Metro
4. Motto : Koran Hebat dan Hemat

5. Kala Terbit : Harian(dua x 1 hari)
6. Pimpinan Umum : Yurnalis Khatib
7. Pimpinan Perusahaan : Orang pertama dalam suatu perusahaan penerbit
- a. Pers, bertugas mengendalikan perusahaan dalam.
 - b. Bidang redaksional ataupun bidang usaha.
8. Pimpinan Redaksi : Orang pertama yang bertanggung jawab terhadap Semua isi penerbit pers .
9. Sekretaris Redaksi : Pembantu Pimpinan Redaksi dalam hal Admistrasi redaksional.
10. Redaktur Pelaksana : Jabatan yang dibentuk untuk membantu pemimpin Redaksi dalam melaksanakan tugas-tugas Redaksional.
11. Koordinator Liputan : Orang yang memproduksi berita dengan Mengandalkan Wartawan dan oresponden.
12. Redaktur : Bertanggung jawab terhadap halaman surat kabar.
13. Asisten Redaktur : Orang yang membantu tugas-tugas redaktur.
14. Asisten Koordinator liputan : Orang yang membantu tugas koordinator liputan.

15. Wartawan : Seseorang yang bertugas mencari, mengumpulkan dan Mengolah informasi menjadi berita, untuk disiarkan Melalui media massa.
16. Koresponden : Seseorang yang berdomisili disuatu penerbitan pers diluar negeri untuk menjalan tugas wartawan.

B. Manajemen

Pekanbaru MX dikelola dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang professional Baik pada devisi pemasaran dan iklan maupun redaksi yang didukung dengan tenaga muda rata-rata keluaran Strata satu (S1) yang mempunyai semangat tinggi dan sumber daya manusia yang terampil, dan tangguh.

C. Visi

Pekanbaru MX dengan wajah berita-berita metropolis, kriminalitas, dan hukum sebagai Cermin kehidupan masyarakat metropolis, dan Pekanbaru MX Koran kriminal terbesar serta dikenal dengan“ Koran Hebat dan Koran Hemat ”.

D. Misi

1. Menciptakan pembaca yang cerdas dan kritis.
2. Mengajak pembaca waspada terhadap tipu daya dan peduli.
3. Mengungkap kebatilan dan ikut memberikan control sosial terhadap Pembangunan di Riau.
4. Mengungkapkan baik itu di Riau, Nasional, dan Internasional serta tidak meninggalkan kode etik jurnalistik itu sendiri.

E. Pembagian Rubrik Surat Kabar Harian Pekanbaru MX

Surat kabar harian Pekanbaru MX mempunyai beberapa rubrik berita antara lain yaitu :

1. Pekanbaru Metro.
2. Metro Xcrime.
3. Kampar -Rohul
4. Duri-Dumai -Bangkalis.
5. Riau Xcrime.
6. Pelalawan- Tembilahan
7. Perawang- Siak
8. Xfile
9. Indo Xcrime.
10. Tafsir Mimpi.
11. Xseleb.
12. Inter xcrime

13. Pro Justice.
14. Xsport
15. Pusat Kota
16. Rumbai, Senapelan, payung sekaki
17. Riau Jaya

F. Struktur Organisasi Surat Kabar Harian Pagi Pekanbaru MX

Pada umumnya suatu organisasi didirikan sebagai alat untuk pencapaian tujuan oleh Karena itu Perlu adanya koordinasi atau kerjasama yang jelas agar tujuannya diperlukan suatu struktur kepengurusan yang jelas agar organisasi tersebut dapat berjalan dengan baik dan teratur. Struktur organisasi merupakan salah satu segi yang harus diperhatikan dalam meningkatkan usaha perusahaan karena dengan adanya struktur dapat menjelaskan batas-batas dari tugas dan wewenang serta tanggung jawab seseorang sebagai anggota dari suatu organisasi atau dengan kata lain struktur organisasi menggambarkan tugas dan fungsi dimana terdapat pelimpahan wewenang dan tanggung jawab antara bawahan dengan atasan.

Struktur organisasi yang baik haruslah dapat bekerja secara efektif dan efisien sehingga dapat memberikan kontribusi dari setiap individu dalam mencapai sasaran organisasi dengan biaya yang minimum, dengan adanya struktur organisasi yang jelas akan mempermudah pimpinan untuk

mengkordinir semua kegiatan organisasi disamping itu jenjang garis menunjukkan tanggung jawab dan wewenang antara bawahan dan atasan.

Secara teoritis struktur organisasi dibedakan atas empat macam yakni :

1. Organisasi Garis (Line Organisasi)

Merupakan suatu rangkaian dari kekuasaan atau perintah dari manajemen kebawah melalui bermacam-macam bagian sampai pada tingkat kekuasaan atau tanggung jawab terendah.

2. Organisasi Fungsional (functional organization)

Merupakan pengguna staf spesial pada posisi garis dalam fungsi yang khusus mempunyai kekuasaan terhadap orang lain.

3. Organisasi Garis dan staf (line and staff organization)

Merupakan kombinasi dari organisasi garis dan staf (fungsional) yaitu diambil dari Keuntungan-keuntungan adanya pengawasan secara langsung dan spesialis dalam Perusahaan.

4. Organisasi Komite (committee organization)

Komite sering untuk mengumpulkan pendapat tentang berbagai kegiatan dalam perusahaan.

Dalam penempatan struktur organisasi, suatu perusahaan haruslah berdasarkan pada sistem kerja dan prosedur sesuai dengan kebutuhan organisasi tersebut sehingga dapat mempermudah organisasi dalam melakukan aktifitasnya. Dalam hal struktur organisasi yang digunakan oleh surat kabar harian Pekanbaru MX adalah struktur organisasi garis, dimana wewenang

berasal dari pimpinan. Berikut nama-nama karyawan yang bekerja di harian pagi Pekanbaru MX :

Pimpinan Umum	: Yurnalis Khotib
Pimpinan Perusahaan	: Yurnalis Khotib
Pimpinan Redaksi	: Saidul Tombang
Wakil Pimpinan redaksi	: Afri Yunir
Dewan Redaksi	: H.Makmur (ketua). Saidul Tmbang, Apri Yunir, Ependi, Alzambret Malik, Samsidir.
Redaktur pelaksana	: Alzamret Malik.
Koordinatur Liputan	: Samsidir
Asisten Koordinator Lipitan	: Hendri Agustira
Redaktur	: Urdianto Pabuan, Hanafi RT, Linda Agustin, Jajang Rahamdes. M.said, junaidi.
Liputan Pekanbaru	: M. Iqbal, Junaidi, Mustafa, Bambang Hermanto, Lukman Hakim, Taufik (foto), .
Liputan Daerah	: Parno (Dumai). Ellia Susanti (Duri). Sukardi (Bengkalis).

	Andre Syahbani (Siak).
	Despadri (Rohul).
	Amri (Pangkalan Kerinci).
Sekretaris Redaksi	: Supri Yani
Teknik Perwajahan dan Pracetak	: Abid Hidayatullah (Kepala),
Bagian Pracetak	: Akhari (kepala).
Departemen Umum, SDM, dan Keuangan	: Hidayat Algeri (kepala).
Piutang dan penagihan	: Hasnawati (kepala).
Departemen Iklan	: H. Rommy T Abram (kepala).
Departemen Pemasaran	: Syafritazuwin (kepala).
Sales dan Promosi	: Hendri Taufik (kabag).

G. Sistem Kerja Wartawan Harian Pagi Pekanbaru MX.

Pada umumnya surat dalam mengoperasikan media selalu mengadakan pertemuan Seluruh kru redaksi baik itu berupa surat kabar harian, mingguan, bulanan, dan sebagainya, begitu juga dengan surat kabar harian Pekanbaru MX. Namun pada setiap surat kabar mempunyai perbedaan dalam pelaksanaannya, ada yang mengadakan setiap hari, seminggu sekali, bahkan sebulan sekali.

Pertemuan tersebut bertujuan untuk memberikan arahan-arahan kepada wartawan dan memberikan ide-ide yang akan diterbitkan, begitu juga dengan wartawan Pekanbaru MX dalam menjalankan fungsi untuk mencari berita,

mereka mengadakan pertemuan setiap hari sebelum mereka pergi mencari berita. Setiap wartawan biasanya mempunyai tugas masing-masing sesuai dengan kebijakan koordinator ataupun berita yang sudah ditetapkan bagi wartawan tersebut. Dalam menjalankan tugasnya mereka saling mengkomunikasikan informasi yang mereka butuhkan.

Setiap wartawan Pekanbaru MX ditugaskan ditempat-tempat yang berpeluang bagi wartawan untuk mendapatkan berita-berita kriminal. Para wartawan Pekanbaru MX menyebutkannya sebagai posko. Adapun posko-posko yang dimaksud antara lain adalah :

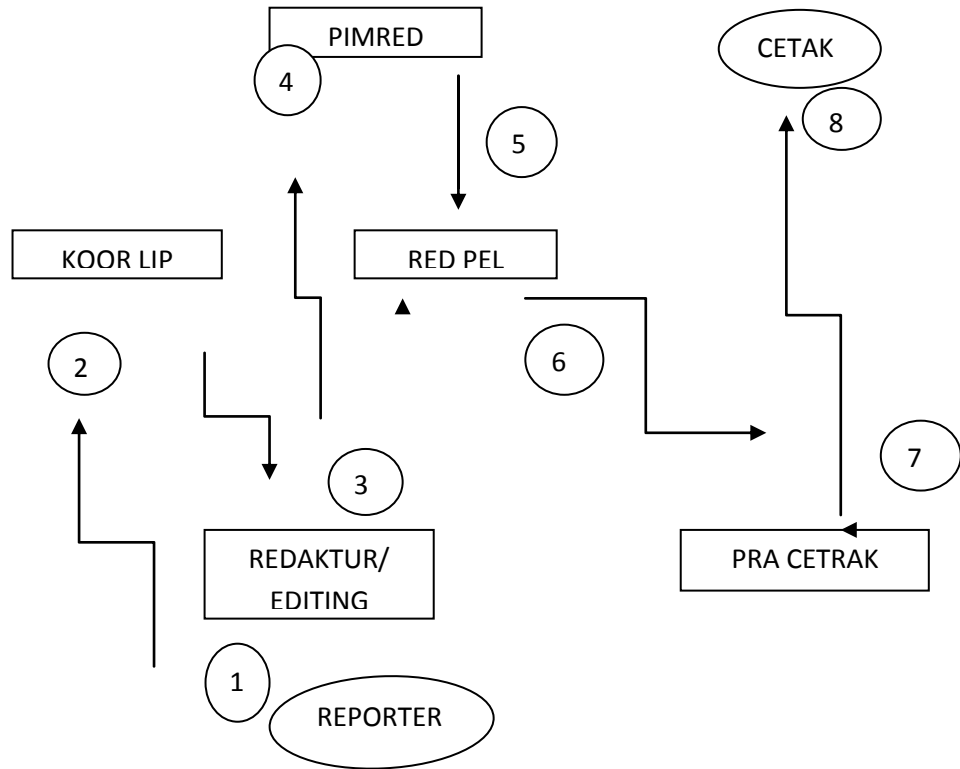
1. Kantor polisi (polsek,poltabes,polda).
2. Pengadilan Negeri Pekanbaru.
3. Kejaksaan Negeri.
4. Rumah Sakit.
5. Kantor Imigrasi.

Walaupun ditempatkan diposko-posko yang telah ditentukan, tetapi tidak menutup kemungkinan para wartawan Pekanbaru MX turun kejalan langsung memantau setiap lokasi dimana kemungkinan terjadi peristiwa-peristiwa kriminal yang tidak terduga, misalnya kecelakaan lalu lintas dan lain-lainnya.

Wartawan Pekanbaru MX dalam pelaksanaan dibantu oleh beberapa tenaga-tenagaLainnya, diantaranya redaktur halaman dan asisten. Pada umumnya redaksi memberikan Kepercayaan kepada redaktur pelaksana untuk memilih berita-berita yang akan disajikan dimana redaktur saat ini bertugas mengedit.

Berikut gambar sisem kerja wartawan Pekanbaru MX :

GAMBAR 2



Sumber : Pekanbaru MX 2010

Berikut penjelasannya :

1. Reporter bertugas meliput berita, kemudian berita yang diperoleh diserahkan kepada koordinator liputan (Alzamret Malik). Dalam meliput berita tidak menutup kemungkinan

Koordinator liputan turun langsung kejalan/lapangan. Hal ini dilakukan tidak lebih kepada pembinaan hubungan kepada nara sumber.

Adapun tugas lain dari Koordinator Liputan antara lain :

- a. Sebagai perencanaan liputan.
- b. Mengarahkan tugas reporter.

- c. Membimbing reporter.
 - d. Terkadang melakukan pemantauan terhadap reporter.
 - e. Pembagian pos.
 - f. Memberikan sanksi/peringatan kepada reporter yang tidak melaksanakan tugas-tugas Jurnalistiknya.
2. Koordinator liputan menyerahkan berita kepada redaktur/pemegang halaman/editing (Efendi Aqil, Hanafi RT, Urdianto Paboun, Linda Agustin, Hendri Agustira, dan Jajang Rahamdes) Mulai pukul 12.00 WIB hingga deadline pukul 16.00 WIB. Untuk terbitan sore dan pukul 20.00 WIB untuk terbitan pagi Adapun tugas-tugas dari redaktur antara lain :
- a. Mengerjakan (bertanggung jawab terhadap halaman).
 - b. Mengedit, memperbaiki bahasa, memperindah tulisan, menjaga jangan sampai ada Kesalahan dalam penulisan, baik kalimat, huruf, maupun istilah-istilah yang terdapat Dalam penulisan.
 - c. Pelengkap berita.
 - d. Pertanggung jawaban terhadap tulisan.
 - e. Penentuan kriteria berita yang dimaksudkan oleh reporter.
3. Redaktur menyerahkan berita yang telah melalui proses pengeditan kepada redaktur pelaksana (Afri Yunir) dibantu oleh asisten redaktur pelaksana (Syahrul dan Suyadi).

Adapun tugas dari redaktur adalah membantu tugas pemimpin redaksi.

4. Redaktur pelaksana menyerahkan berita tersebut kepada pimpinan redaksi (Herianto), dan pimpinan redaksi yang menentukan apakah berita tersebut layak untuk diterbitkan atau tidak.
5. Setelah pimpinan redaksi menyeleksi berita-berita yang layak untuk diterbitkan kemudian pimpinan redaksi kembali menyerahkan berita tersebut kepada redaktur pelaksanaan.
6. Redaktur pelaksana menyerahkan berita tersebut kepada bagian pra-cetak (Abib Hidayatulah, Armen, Nukmanul, Hakim, Anwar, Kasim) adapun tugas dari bagian pra- cetak ini adalah menyusun dan menata komposisi berita dan gambar di halaman-halamankoran agar tampil menarik dan enak dipandang mata.
7. Setelah selesai menyusun dan membentuk halaman, kemudian bagian pra-cetak menyerahkan kepada pimpinan redaksi untuk kemudian diperiksa kembali apakah sudah layak untuk dicetak atau tidak atau masih terdapat penambahan maupun pengurangan yang dirasakan perlu. Hasil wawancara dengan pimpinan redaksi (Saidul Tombang, 05 Desember 2010)

BAB III

PENYAJIAN DATA

Di dalam bab ini, data yang peneliti sajikan merupakan data yang diperoleh dari jawaban responden melalui angket yang peneliti sebarakan.

Data yang akan disajikan ini adalah data yang berbentuk angket, dengan 21 pertanyaan yang mewakili seluruh indikator, baik variabel (X) dan variabel (Y). Dari angket yang telah disebarakan kepada seluruh responden yang berjumlah 30 orang.

Sebelum peneliti mengemukakan data pokok seperti di atas, maka sebagai gambaran responden dibawah ini, peneliti kemukakan terlebih dahulu data keadaan responden sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Tabel 1. Distribusi frekuensi umur

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Laki-Laki	24	80
2	Perempuan	6	20
Jumlah		30	100,0

Dari tabel diatas, kita ketahui bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki sebanyak 24 responden atau 80% dan perempuan sebanyak 6 responden atau 20%. Sehingga perbandingan jumlah responden laki-laki lebih besar dari perempuan.

2. Umur

Tabel 2. Distribusi frekuensi umur

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	< 20 tahun	4	13,3
2	21 - 30 tahun	20	66,7
3	31 - 40 tahun	6	20
4	> 41 tahun	-	-
Jumlah		30	100,0

Penulis membagi usia responden dalam beberapa bagian, yaitu dari rentang 20 tahun sampai dengan 41 tahun. Sebagian besar responden adalah dengan rentang umur 21 sampai 30 tahun, yaitu dengan 20 responden atau 66,7%. Selanjutnya responden dengan rentang umur kecil dari 20 tahun sebanyak 4 responden atau 13,3%, jumlah yang sama dengan responden dengan rentang umur 31 tahun sampai 40 tahun yaitu 6 responden atau 20%. Sedangkan responden dengan rentang umur besar dari 41 tahun sebanyak 0 responden atau 0 %

3. Pendidikan

Tabel 3. Distribusi frekuensi pendidikan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	SMP	3	10
2	SMA	24	80
3	Diploma	2	6,7
4	Sarjana	1	3,3
Jumlah		30	100,0

Selanjutnya dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SMU sebanyak 24 responden atau 80%. Sedangkan pendidikan SMP sebanyak 3 responden atau 10%, pendidikan diploma sebanyak 2 responden atau 6,7%, dan pendidikan serjana1 atau 3,3%.

A. Penyajian Data *Lay Out* (Variabel X) Halaman Utama Surat Kabar Pekanbaru MX.

1. Tampilan

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Tampilan Halaman Utama

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak menarik	0	0
2	Tidak menarik	0	0
3	Ragu-ragu	2	6,7
4	Menarik	22	73,3
5	Sangat menarik	6	20.0
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa, tampilan halaman utama Pekanbaru MX sangat menarik. Ini dapat dilihat dari 22 orang atau 73,3% responden yang menilai bahwa tampilan halaman utama Pekanbaru MX menarik. Sedangkan 2 orang atau 6.7% responden menilai tampilan halaman utama Pekanbaru MX sangat menarik. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa tampilan halaman utama Pekanbaru MX menarik bahkan sangat menarik dengan angka 80%

2. Pemilihan Gambar

a. Keserasian gambar

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Keserasian Gambar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak menarik	0	0
2	Tidak menarik	0	0
3	Ragu-ragu	1	3,3
4	Menarik	24	80,0
5	Sangat menarik	5	16,7
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa, keserasian pemilihan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Ini dapat dilihat dari 24 orang atau 80% responden yang menilai bahwa pemilihan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Dan 5 orang atau 16,7% responden menilai pemilihan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa pemilihan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 90.7%.

b. Ukuran gambar

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Ukuran Gambar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak tepat	0	0
2	Tidak tepat	2	6,7
3	Ragu-ragu	6	20,0
4	Tepat	18	60,0
5	Sangat tepat	4	13,3
Jumlah		30	100,0

Sedangkan, ketepatan ukuran gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah tepat, Ini dapat dilihat dari 18 orang atau 60% responden. Dan 4 orang atau 13.3% responden menilai ukuran gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sangat tepat. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa ukuran gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah tepat, bahkan sangat tepat dengan persentase mencapai 73.3%.

3. Penempatan Gambar

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Penempatan Gambar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	1	3,3
3	Ragu-ragu	5	16,7
4	Serasi	21	70,0
5	Sangat serasi	3	10,0
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 7 diatas dapat diketahui bahwa, keserasian penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 21 atau 70,% responden menilai bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Dan 3 atau 10% responden menilai bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 80%.

4. Warna Gambar

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Warna Gambar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	2	6,7
3	Ragu-ragu	2	6,7
4	Serasi	19	63,3
5	Sangat serasi	7	23,3
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa, keserasian warna gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 19 atau 63.3% responden menilai bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Dan 7 atau 23.3% responden menilai bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 86,6%.

5. Pemilihan Huruf

a. Ukuran huruf

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Ukuran Huruf

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	1	3,3
3	Ragu-ragu	5	16,7
4	Serasi	18	60,0
5	Sangat serasi	6	20,0
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 9 diatas dapat diketahui bahwa, keserasian ukuran huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 18 atau 60% responden menilai bahwa ukuran huruf pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Dan 6 atau 20% responden menilai bahwa ukuran huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa ukuran huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 80%.

b. tebal huruf

Tabel 10. Distribusi frekuensi tebal huruf

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	0	0
3	Ragu-ragu	4	13,3
4	Serasi	18	60,0
5	Sangat serasi	8	26,7
Jumlah		30	100,0

Sedangkan pada table 10 dapat diketahui, keserasian tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 18 atau 60% responden menilai bahwa tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Dan 8 atau 26% responden menilai bahwa tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 86,7%.

c. Jenis Huruf

Tabel 11. Distribusi frekuensi jenis huruf

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	1	3,3
3	Ragu-ragu	4	13,3
4	Serasi	20	66,7
5	Sangat serasi	5	16,7
Jumlah		30	100,0

Sedangkan pada table 11 dapat diketahui, keserasian jenis huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 20 atau 66,7% responden menilai bahwa tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Dan 5 atau 16,7% responden menilai bahwa tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 83,4%

6. Pemilihan Berita

a. Ketepatan pemilihan berita

Tabel 12. Distribusi frekuensi ketepatan pemilihan berita

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak tepat	0	0
2	Tidak tepat	1	3,3
3	Ragu-ragu	2	6,7
4	Tepat	20	66,7
5	Sangat tepat	7	23,3
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa, ketepatan pemilihan berita pada halaman utama Pekanbaru MX sudah tepat. Hal ini dapat dilihat dari 20 atau 66.7% responden menilai bahwa ketepatan pemilihan berita pada halaman utama Pekanbaru MX tepat. Dan 7 atau 23.3% responden menilai bahwa pemilihan berita pada halaman utama Pekanbaru MX sangat tepat. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa pemilihan berita pada halaman utama Pekanbaru MX sudah tepat, bahkan sangat tepat dengan persentase mencapai 90%.

b. Berita yang menarik

Tabel 13. Distribusi frekuensi berita yang menarik

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak menarik	0	0
2	Tidak menarik	1	3,3
3	Ragu-ragu	3	10,0
4	Menarik	20	66,7
5	Sangat menarik	6	20,0
Jumlah		30	100,0

Dan berita pada halaman utama Pekanbaru MX sudah menarik. Ini dapat dilihat dari 20 atau 66,7% responden yang menilai bahwa berita pada halaman utama Pekanbaru MX menarik. Sedangkan 6 atau 20% responden menilai berita pada halaman utama Pekanbaru MX sangat menarik. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa berita halaman utama Pekanbaru MX menarik bahkan sangat menarik dengan persentase 86,7%.

7. Iklan

a. Penempatan iklan

Tabel 14. Distribusi frekuensi penempatan iklan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	1	3,3
3	Ragu-ragu	5	16,7
4	Serasi	18	53,3
5	Sangat serasi	8	26,7
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 14 diatas dapat diketahui bahwa, keserasian penempatan iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 16 atau 53.3% responden menilai bahwa penempatan iklan pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Dan 8 atau 26.7% responden menilai bahwa penempatan iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa penempatan iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 70%.

b. Ukuran iklan

Tabel 15. Distribusi frekuensi ukuran iklan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	1	3,3
3	Ragu-ragu	6	20,0
4	Serasi	15	50,0
5	Sangat serasi	8	26,7
Jumlah		45	100,0

Sedangkan, keserasian ukuran iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 15 atau 50% responden menilai bahwa ukuran iklan pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Dan 8 atau 26.7% responden menilai bahwa ukuran iklan pada halaman utama Pekanbaru sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa ukuran iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 76.7%.

c. Warna iklan

Tabel 16. Distribusi frekuensi warna iklan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	1	3,3
2	Tidak serasi	1	3,3
3	Ragu-ragu	3	10,0
4	Serasi	19	63,3
5	Sangat serasi	6	20,0
Jumlah		30	100,0

Dan keserasian warna iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 19 atau 63.3% responden menilai bahwa warna iklan pada halaman utama Pekanbaru MX serasi. Dan 6 atau 20% responden menilai bahwa warna iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa warna iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 83.3%.

B. Penyajian Data Minat Baca (Variabel Y) pedangang pasar panam.

1. Perasaan senang

Tabel 17. Distribusi frekuensi menariknya rubrik surat kabar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak senang	0	4,4
2	Tidak senang	1	0
3	Ragu-ragu	2	20,0
4	Senang	19	62,2
5	Sangat senang	8	13,3
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 17 diatas, dapat diketahui bahwa pembaca surat kabar Pekanbaru MX merasa seanag. Ini dapat dilihat dari 19 atau 63.3% responden merasa senang bahwa rubrik Pekanbaru MX menarik. Dan 8 atau 26.7 responden sangat senang rubrik Pekanbaru MX menarik. sedangkan ragu ragu terhadap membaca Pekanbaru MX 2 orang atau 6.7 %. Jadi dapat disimpulkan bahwa pedangang pasar merasa senang membaca Pekanbaru MX

2. Mamfaat Membaca

a. Mengetahui informasi terbaru

Tabel 18. Distribusi frekuensi menariknya rubrik surat kabar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak setuju	0	0
2	Tidak setuju	1	3,3
3	Ragu-ragu	2	6,7
4	Setuju	19	63,3
5	Sangat setuju	8	26,7
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 18 diatas, dapat diketahui bahwa membaca surat kabar Pekanbaru MX dapat mengetahui informasi terbaru. Ini dapat dilihat dari 21 atau 70% responden setuju membaca surat kabar Pekanbaru MX dapat mengetahui informasi terbaru. Dan 6 atau 20% responden sangat setuju membaca surat kabar Pekanbaru MX dapat mengetahui informasi terbaru.

b. Menambah pengetahuan

Tabel 19. Distribusi frekuensi menambah pengetahuan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak setuju	1	3,3
2	Tidak setuju	0	0
3	Ragu-ragu	3	10,0
4	Setuju	16	53,3
5	Sangat setuju	10	33,3
Jumlah		30	100,0

Sedangkan menurut table 19, dapat diketahui yang menjawab setuju dengan membaca Pekanbaru MX dapat menambah pengetahuan 16 atau 53.3% responden. Dan 10 atau 33.3% responden sangat setuju. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa membaca surat kabar Pekanbaru MX dapat menambah pengetahuan dengan persentase 86.6%.

c. Memenuhi kebutuhan hidup

Tabel 20. Distribusi frekuensi memenuhi kebutuhan hidup

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak setuju	0	0
2	Tidak setuju	1	3,3
3	Ragu-ragu	3	10,0
4	Setuju	17	56,7
5	Sangat setuju	9	30,0
Jumlah		30	100,0

Dari table 20 dapat deketahui yang menjawab setuju dengan membaca dapat memenuhi kebutuhan hidup 17 atau 56.7% responden. Dan 9 atau 30% responden sangat setuju. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa membaca surat kabar Pekanbaru MX dapat sanagat dapat menuhi kebutuhan hidup dengan persentase 86.7%.

3. Menyediakan Waktu Untuk Membaca

Tabel 21. Distribusi frekuensi meluangkan waktu

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak setuju	0	0
2	Tidak setuju	2	6,7
3	Ragu-ragu	5	16,6
4	Setuju	21	70,0
5	Sangat setuju	2	6,7
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 21 diatas, yang menjawab setuju meluangkan waktu untuk membaca Pekanbaru MX hanya 21 atau 70% responden. Dan 2 atau 6,7% responden sangat setuju. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa yang meluangkan waktu untuk membaca surat kabar Pekanbaru MX hanya76.7%.

4. Usaha untuk memperoleh bacaan

a. Membeli surat kabar

Tabel 22. Distribusi frekuensi membeli surat kabar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Tidak sama sekali	0	0
2	Tidak pernah	1	3,3
3	Ragu-ragu	3	10,0
4	Tidak sering	19	63,3
5	Sering	7	23,3
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 22 diatas, yang menjawab sering membeli surat kabar Pekanbaru MX hanya 7 atau 23.3% responden. Dan 19 atau 63.3% responden tidak sering membeli surat kabar Pekanbaru MX.

b. Meminjam surat kabar

Tabel 23. Distribusi frekuensi meminjam surat kabar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Tidak sama sekali	0	0
2	Tidak pernah	0	0
3	Ragu-ragu	2	6,7
4	Tidak sering	21	70,0
5	Sering	7	23,3
Jumlah		45	100,0

Dan yang menjawab sering meminjam surat kabar pekanbaru mx 7 atau 23.3% respondents Dan 21 atau 70% responden tidak sering meminjam surat kabar Pekanbaru MX.

5. Keinginan membaca

Tabel 24. Distribusi frekuensi keinginan membaca

NO	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Tidak sama sekali	0	0
2	Tidak ingin	0	0
3	Ragu-ragu	1	3,3
4	Ingin	27	90,0
5	Sangat ingin	2	6,7
Jumlah		30	100,0

Dari tabel 24 diatas, yang menjawab ingin membaca surat kabar Pekanbaru MX 27 atau 90% responden. Dan 2 atau 6.7% responden sangat ingin membaca surat kabar Pekanbaru MX. Dari hasil tersebut, keinginan respondents membaca surat kabar Pekanbaru MX mencapai 96.7% setiap kali terbit

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Uji Validitas dan Reabilitas *Lay Out* (Variabel X) Halaman Utama Pekanbaru MX Uji Validitas dan Reabilitas Minat Baca (Variabel Y) pedagang pasar panam.

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 15. Dengan menggunakan nilai *Alpha* sebesar 5%, dari seluruh responden yang berjumlah 30 orang, diperoleh nilai F_{tabel} (*correlation product moment table*) sebesar 0,361. Dari tabel 25 dibawah ini, dapat diketahui dari 13 pertanyaan untuk variabel X (*lay out*) yang nilai *correlation product moment* masing-masing pertanyaan lebih besar dari nilai F_{tabel} , sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Untuk uji reabilitas variabel X (*lay out*), maka penulis akan membandingkan nilai *correlation product moment table* dan *alpha cronbach*, adapun nilai dari *alpha* sebesar 5% sebesar 0,635. Karena nilai *alpha cronbach* lebih besar dari *correlation product moment table* yaitu 0,361, maka pertanyaan pada variabel X (*lay out*) dikatakan reliabel (perhitungan dapat dilihat pada lampiran).

Adapun hasil perhitungan nilai *correlation product moment* untuk variabel X (*lay out*), adalah sebagai berikut:

Tabel 25. Nilai *correlation product moment* varibel X (*lay out*)

No	Pertanyaan	Korelasi	Keterangan
1	Frekuensi menarik tampilan halaman utama	0,376	Valid
2	Keserasian pemilihan gambar pada halaman utama	0,401	Valid
3	Ketepatan ukuran gambar pada halaman utama	0,465	Valid
4	Keserasian penempatan gambar pada halaman utama	0,772	Valid
5	Keserasian warna gambar pada halaman utama	0,499	Valid
6	Keserasian ukuran huruf pada halaman utama	0,485	Valid
7	Keserasian tebal huruf pada halaman utama	0,403	Valid
8	Keserasian jenis huruf pada halaman utama	0,534	Valid
9	Tepatnya pemilihan berita pada halaman utama	0,382	Valid
10	Menariknya berita pada halaman utama	0,588	Valid
11	Keserasian penempatan iklan pada halaman utama	0,573	Valid
12	Keserasian ukuran iklan pada halaman utama	0,371	Valid
13	Keserasian warna iklan pada halaman utama	0,597	Valid

Sedangkan untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis juga menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 15. Dengan menggunakan nilai *Alpha* sebesar 5%, dari seluruh responden yang berjumlah 30 orang, diperoleh nilai F_{tabel} (*correlation product moment table*) sebesar 0,361. Dari tabel 26 dibawah ini, dapat diketahui dari 8 pertanyaan untuk variabel Y (*minat baca*) yang nilai *correlation product moment* masing-masing pertanyaan lebih besar dari nilai F_{tabel} , sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Untuk uji reabilitas variabel Y (*minat baca*), maka penulis akan membandingkan nilai *correlation product moment table* dan *alpha cronbach*, adapun nilai dari *alpha* sebesar 5% sebesar 0,726. Karena nilai *alpha cronbach* lebih besar dari *correlation product moment table* yaitu 0,361, maka

pertanyaan pada variabel Y (*minat baca*) dikatakan reliabel (perhitungan dapat dilihat pada lampiran).

Tabel 26. Nilai *correlation product moment* varibel Y (*minat baca*)

No	Pertanyaan	Korelasi	Keterangan
1	Rubrik pada surat kabar menarik	0,491	Valid
2	Mengetahui informasi terbaru	0,369	Valid
3	Menambah pengetahuan	0,534	Valid
4	Memnuhi kebutuhan hidup	0,714	Valid
5	Meluangkan waktu untuk membaca surat kabar	0,437	Valid
6	Membeli surat kabar	0,614	Valid
7	Meminjam surat kabar	0,445	Valid
8	Keinginan untuk membaca surat kabar	0,415	Valid

B. Analisis Pengaruh *Lay Out* Halaman Utama Pekanbaru MX Terhadap Minat Baca Pedagang Pasar Panam.

Untuk melihat adanya korelasi antara *layout* terhadap minat baca pedagang pasar panam, menggunakan analisis *correlation product moment* dua variabel (*bivariate correlation*) dengan menggunakan SPSS versi 15, sebagai berikut:

Tabel 27. Hasil analisa koefisien korelasi antara *lay out* terhadap minat baca masyarakat

		TOTALX	TOTALY
TOTALX	Pearson Correlation	1	.737(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
TOTALY	Pearson Correlation	.737(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel 27 di atas maka koefisien korelasi berada antara 0,70 - 0,90. Dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi yang berarti atau kuat antara *lay out* halaman utama surat kabar Pekanbaru MX terhadap minat baca pedagang pasar panam sebesar 0,737.

Sedangkan untuk menguji hipotesis, kita harus membandingkan F_{tabel} dengan F_{hitung} . Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus t , didapat nilai F_{hitung} 0,737. Sedangkan untuk $N=30$ dengan $\alpha=0,05$, diperoleh F_{tabel} 0,361. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) yaitu “Tidak terdapat hubungan antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca masyarakat”, **ditolak**. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) yaitu “Terdapat hubungan antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca pedagang pasar panam”, **diterima**.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penyajian data dan hasil analisis, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa pengaruh *layout* halaman utama surat kabar pekanbaru mx terhadap minat baca pedagang pasar panam terdapat hubungan kuat. hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data yaitu 0,737. Angka ini terdapat antara 0,70 -0,90. Yang artinya layout yang baik dapat meningkatkan minat baca pedagang

Untuk mencari hubungan *layout* dengan minat baca menggunakan rumus rumus t, didapat nilai F_{hitung} 0,737. Sedangkan untuk $N=30$ dengan $\alpha=0,05$, diperoleh F_{tabel} 0,361. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) yaitu “Terdapat hubungan antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca pedagang pasar panam”, **diterima**.

B. Saran

1. Dengan penelitian ini semoga surat kabar pekanbaru mx dapat meningkatkan kualitas *Layout* agar konsumen lebih tertarik untuk membacanya
2. Dengan penelitian ini semoga dapat bermamfaat kepada lembaga, baik lembaga pendidikan maupun lembaga lainnya yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Almaipii. 2007. *Upaya Meningkatkan Minat Baca Pada Anak*, (Online), (<http://almaipii.multiply.com/journal/item/4>, diakses tanggal 10 Agustus 2010).
- Baskoro, Wahyu. 2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: Setia Kawan.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Djoeadja. 2009. *Teknik Layout*, (Online), (<http://djoeadja.blogdetik.com/2009/03/23/teknik-lay-out/>, diakses tanggal 9 Agustus 2010).
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Junaedi, Wawan. 2009. *Pengertian Minat Baca*, (Online), (<http://mathedu-unila.blogspot.com/2009/10/pengertian-minat-membaca.html>, diakses tanggal 10 Agustus 2010).
- Kusmiati R, Artini dkk. 1999. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Latief, TA Rousyidi. 1989. *Dasar-Dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*. Medan: Rainbow.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Komunikasi Efektif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mohawak. 2009. *Tata Letak Layout*, (Online), (<http://mohawk-momo.blogspot.com/2009/06/tata-letak-layout.html>, diakses tanggal 10 Agustus 2010).
- Pubianti, Elvandari. 2008. *Pengaruh Pelatihan Membaca Cepat Terhadap Minat Membaca Buku Agama Islam*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah. *Skripsi Online*, diakses tanggal 15 Agustus 2010.

Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Sandjaja, Soejanto. *Pengaruh Keterlibatan Orang Tua Terhadap Minat Membaca Anak Ditinjau Dari Pendekatan Stress Lingkungan*, (Online), (<http://www.pdfqueen.com>, diakses tanggal 12 April 2010).

Sujianto. 2009. *Pengaruh Foto dan Lay Out di Halaman Satu Rek Ayo Rek Terhadap Minat Baca Masyarakat*. Surabaya : Unitomo. *Jurnal Online*, diakses tanggal 15 agustu 2010.

Supriyono. 1998. *Kontribusi Pustakawan Dalam Meningkatkan Minat Baca*. *Media Pustakawan*, (Online), Vol. 5, No 3, (<http://www.pdfqueen.com>, diakses tanggal 20 Agustus 2010).

Yurnaldi. 1992. *Jurnalistik Siap Pakai*. Padang: Angkasa Raya.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Distribusi frekuensi jenis kelamin	41
Tabel 2. Distribusi frekuensi umur.....	42
Tabel 3. Distribusi frekuensi pendidikan	42
Tabel 4. Distribusi frekuensi tampilan halaman utama	43
Tabel 5. Distribusi frekuensi keserasian gambar	44
Tabel 6. Distribusi frekuensi ukuran gambar	44
Tabel 7. Distribusi frekuensi penempatan gambar	45
Tabel 8. Distribusi frekuensi warna gambar	46
Tabel 9. Distribusi frekuensi ukuran huruf	46
Tabel 10. Distribusi frekuensi tebal huruf	47
Tabel 11. Distribusi frekuensi jenis huruf	48
Tabel 12. Distribusi frekuensi ketepatan pemilihan berita	48
Tabel 13. Distribusi frekuensi berita yang menarik	49
Tabel 14. Distribusi frekuensi penempatan iklan	50
Tabel 15. Distribusi frekuensi ukuran iklan	50
Tabel 16. Distribusi frekuensi warna iklan	51
Tabel 17. Distribusi frekuensi perasaan senang membca	52
Tabel 18. Distribusi frekuensi mengetahui informasi.....	52
Tabel 19. Distribusi frekuensi menambah pengetahuan	53
Tabel 20. Distribusi frekuensi memenuhi kebutuhan hidup	54
Tabel 21. Distribusi frekuensi meluangkan waktu	54
Tabel 22. Distribusi frekuensi membeli surat kabar	55

Tabel 23. Distribusi frekuensi meminjam surat kabar	55
Tabel 24. Distribusi frekuensi keinginan membaca	56
Tabel 25. Nilai validitas variabel X (<i>lay out</i>)	58
Tabel 26. Nilai validitas variabel Y (<i>minat baca</i>)	59
Tabel 27. Hasil analisa koefisien korelasi antara <i>lay out</i> terhadap minat baca pedagang Pasar Panam	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka pemikiran	22
------------------------------------	----

KUISIONER

Saya Adi Firmansyah Mahasiswa UIN SUSKA RIAU, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, jurusan Ilmu Komunikasi, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan anda meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini, karena setiap jawaban anda merupakan informasi yang berharga bagi penulisan skripsi.

Silahkan isi kuisisioner ini dengan memilih jawaban dengan sebaik-baiknya dan jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya sesuai dengan kondisi dilapangan. Dengan cara memberi tanda (X) pada alternatif jawaban yang anda pilih. Kami akan merahasiakan identitas anda.

1. Identitas Responden

1. Jenis kelamin anda ?
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
2. Usia anda sekarang?
 - a. 20 tahun
 - b. 21-30 tahun
 - c. 31-40 tahun
 - d. 41
3. Pendidikan terakhir anda?
 - a. SMP
 - b. SMA
 - c. Diploma
 - d. Sarjana

2. Pertanyaan tentang *LayOut* Surat kabar Pekanbaru MX

1. Apakah anda sering membaca surat kabar Pekanbaru MX?
 - a. Sering
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak pernah
2. Menurut anda, apakah tampilan halaman utama surat kabar Pekanbaru MX menarik?
 - a. Sangat menarik
 - b. Menarik
 - c. Ragu- ragu
 - d. Tidak menarik
 - e. Sangat tidak menarik
3. Menurut anda, apakah pemilihan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi?
 - a. Sangat serasi
 - b. Serasi
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak serasi
 - e. Sangat tidak serasi
4. Menurut anda, apakah ukuran gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah tepat?
 - a. Sangat tepat
 - b. tepat
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak tepat
 - e. Sangat tidak tepat
5. Menurut anda, apakah penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi?
 - a. Sangat serasi
 - b. Serasi
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak serasi
 - e. Sangat tidak serasi
6. Menurut anda, apakah warna gambar pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi?
 - a. Sangat serasi
 - b. Serasi
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak serasi
 - e. Sangat tidak serasi

7. Menurut anda, apakah ukuran huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi?
 - a. Sangat serasi
 - b. Serasi
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak serasi
 - e. Sangat tidak serasi
8. Menurut anda, apakah tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi?
 - a. Sangat serasi
 - b. Serasi
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak serasi
 - e. Sangat tidak serasi
9. Menurut anda, apakah jenis huruf pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi?
 - a. Sangat serasi
 - b. Serasi
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak serasi
 - e. Sangat tidak serasi
10. Menurut anda, apakah pemilihan berita pada halaman utama Pekanbaru MX sudah tepat?
 - a. Sangat tepat
 - b. Tepat
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak tepat
 - e. Sangat tidak tepat
11. Menurut anda, apakah berita pada halaman utama Pekanbaru MX sudah menarik?
 - a. Sangat menarik
 - b. Menarik
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak menarik
 - e. Sangat tidak menarik
12. Menurut anda, apakah penempatan iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi?
 - a. Sangat serasi
 - b. Serasi
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak serasi
 - e. Sangat tidak serasi
13. Menurut anda, apakah ukuran iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi?
 - a. Sangat serasi
 - b. Serasi
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak serasi
 - e. Sangat tidak serasi
14. Menurut anda, apakah warna iklan pada halaman utama Pekanbaru MX sudah serasi?
 - a. Sangat serasi
 - b. Serasi
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak serasi
 - e. Sangat tidak serasi

3. Pertanyaan Tentang Minat Baca Surat Kabar Pekanbaru MX

1. Apakah anda merasa senang membaca surat kabar pekanbaru MX?
 - a. sangat senang
 - b. senang
 - c. ragu – ragu
 - d. tidak senang
 - e. sangat tidak senang
2. Setujukah kah anada dengan membaca Pekanbaru MX, anda mengetahui informasi terbaru?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
3. Setujuhkah anda dengan membaca Pekanbaru MX dapat menambah pengetahuan anda?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

4. Setujukah anda dengan membaca pekanbaru MX dapat memenuhi kebutuhan hidup anda?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
5. Setujukah anda meluangkan waktu untuk membaca surat kabar Pekanbaru MX?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
6. Membaca Pekanbaru MX anda harus membeli.
 - a. Sering
 - b. Tidak sering
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak pernah
 - e. Tidak sama sekali
7. Anda membaca Pekanbaru MX dengan cara meminjam.
 - a. Sering
 - b. Tidak sering
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak pernah
 - e. Tidak sama sekali
8. Adakah berkeinginan untuk membaca Pekanbaru MX setiap kali terbit?
 - a. Sangat ingin
 - b. Ingin
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak ingin
 - e. Tidak sama sekali