

Konten Bookstagram terhadap minat baca bagi followers-nya

Feby Rinanda^{1*}, Rohmaniyah²

^{1,2}Program Studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Jalan Prof. K.H Zainal Abidin Fikri Km.3 Kota Palembang

^{*)} Corresponding Author (e-mail: 1920403030@radenfatah.ac.id)

Received: 30-09-2023; Revised: 02-10-2024; Accepted: 02-10-2024

Abstract

Introduction: This research aims to determine the influence of bookstagram content on reading interest among its followers.

Data Collection Methods: To measure this influence, the researchers distributed questionnaires to the samples in this study. The type of research used in this research is descriptive quantitative research. This research aims to find out the content of bookstagram, to find out the influence on bookstagram content and to find out how big the influence is.

Data Analysis: Data analysis techniques in this research use descriptive analysis, normality test, linearity test, simple linear regression analysis test, correlation and determination coefficient analysis and hypothesis testing.

Result and Discussion: In testing the hypothesis test, we got a tcount value of 11.254 > ttable 1.966, which means that the content of the bookstagram account has a significant effect on reading interest or in other words has a positive influence between the two variables.

Conclusion: The content on the bookstagram account regarding reading interest for its followers shows that the content on the bookstagram account provides information that suits the needs of its followers with the content created by the bookstagram account having a good form of conveying information.

Keywords: bookstagram, social media, interest in reading

Abstrak

Pendahuluan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten bookstagram terhadap minat baca bagi followers-nya.

Metode Penelitian. Untuk mengukur pengaruh tersebut maka peneliti melakukan penyebaran kuesioner terhadap sampel pada penelitian ini. Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten bookstagram, untuk mengetahui pengaruh pada konten bookstagram serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya tersebut.

Data Analisis. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji normalitas, uji linieritas, uji analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi dan determinasi dan uji hipotesis.

Hasil dan Pembahasan. Dalam pengujian uji hipotesis yaitu mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 11,254 > t_{tabel} 1,966, yang artinya bahwa konten akun *bookstagram* berpengaruh signifikan terhadap minat baca atau dengan kata lain memiliki pengaruh yang positif antar kedua variabel.

Kesimpulan dan Saran. Konten pada akun *bookstagram* terhadap minat baca bagi *followers*-nya menunjukkan bahwa konten pada akun *bookstagram* memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan *followers*-nya dengan sajian konten yang dibuat oleh akun *bookstagram* memiliki bentuk penyampaian informasi yang baik.

Kata kunci: bookstagram, sosial media, minat baca

How to cite: Rinanda, F., & Rohmaniyah. (2024). Konten Bookstagram terhadap minat baca bagi followers-nya. Librarium: Library and Information Science Journal, 1(2), 95–100. <https://doi.org/10.53088/librarium.v1i2.667>



1. Pendahuluan

Kemajuan zaman pada saat ini mengakibatkan adanya perkembangan dalam dunia teknologi. Perkembangan dunia beberapa tahun ini berkembang cukup pesat sehingga terjadinya ledakan informasi. Dunia digital semakin beraneka ragam yang membuat akhirnya muncul berbagai platform media sosial yang membuat manusia saling terhubung dan mendapatkan informasi dengan mudah baik dengan teman ataupun orang lain di berbagai belahan dunia. Sehingga pada saat ini penggunaan internet bukanlah sesuatu hal yang tidak dapat dihindari lagi. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna (Kaplan, 2010).

Media sosial saat ini banyak digunakan sebagai media komunikasi, promosi atau marketing, media hiburan dan lain sebagainya. Hal ini dikarenakan penyebaran informasi melalui media sosial lebih cepat menyebar dan mendapatkan perhatian yang lebih tinggi. Pemanfaatan media sosial saat ini dapat digunakan untuk meningkatkan minat baca dengan memberikan informasi-informasi yang menarik mengenai buku, perpustakaan, toko buku atau berbagai hal yang berkaitan dengan literasi. Menurut Nurhaidah dan Musa, minat baca adalah sumber motivasi kuat bagi seseorang untuk menganalisa dan mengingat serta mengevaluasi bacaan yang telah dibacanya, yang merupakan pengalaman belajar menggembirakan dan akan mempengaruhi bentuk serta intensitas seseorang dalam menentukan cita – citanya kelak dimasa yang akan datang, hal tersebut juga adalah bagian dari proses pengembangan diri yang harus senantiasa diasah sebab minat membaca tidak diperoleh dari lahir (Helena, 2020).

Pada perkembangan saat ini terdapat sebuah komunitas pencinta buku yang berbasis di sosial media Instagram yaitu *Bookstagram*. *Bookstagram* sendiri berisikan konten-konten mengenai informasi terkait bahan bacaan yang dikemas dengan konten foto buku yang menarik dan *aesthetic* sehingga hal ini menjadikan *Bookstagram* sebagai sebuah media informasi yang memberikan ulasan mengenai bahan bacaan, selain itu memudahkan para pencinta buku untuk saling bertukar informasi atau melakukan kegiatan-kegiatan tertentu seperti tantangan membaca yang menyenangkan dan bisa dijadikan sebagai media untuk meningkatkan minat literasi bagi pengikutnya. Para komunitas bookstagram menyebut dirinya sebagai bookstagrammer dan umumnya mereka tergabung di komunitas Gerakan One Week One Book (OWOB). Konten-konten yang disajikan menjadikan sebuah daya tarik tersendiri untuk seseorang menjadi pengikut dari akun media sosial yang disukainya. Sehingga penyebaran informasi melalui Instagram saat ini memiliki pengaruh yang cukup besar. Sesuatu yang sedang *trending* juga lebih mudah menyebar di Instagram dan lebih banyak diikuti. Adanya interaksi pada sesama pengguna media sosial serta adanya informasi dengan konten menarik yang disajikan menjadi salah satu hal yang membuat akun seseorang tersebut diikuti oleh pengguna lainnya.

Akun *bookstagram* memberikan sebuah konten baik dengan foto ataupun video yang dikemas dengan menarik kepada *followers*-nya. Konten tersebut banyak

diminati oleh *followers*-nya karena adanya foto/video, *caption* atau keterangan yang berupa *review* singkat yang menjelaskan mengenai isi buku tersebut yang dikemas dengan kesan yang ringan. Selain itu adanya interaksi dari pemilik akun dengan *followers*-nya berupa komunikasi yang baik membuat informasi tersebut dapat diterima. Peneliti akan membahas tentang "Konten *Bookstagram* terhadap minat baca bagi *followers*-nya", yang mana berdasarkan uraian yang baru saja diberikan. Dimana peneliti akan mengamati mengenai penggunaan media sosial dengan adanya ledakan informasi saat ini yang diakibatkan karena adanya media digital membuat kita harus lebih berhati – hati lagi terhadap penyebaran informasi di ranah digital dengan melakukan pengamatan berdasarkan hasil penelitian.

2. Tinjauan Pustaka

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dekka Cahya Febbyana (2019) dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Aplikasi Wattpad Terhadap Minat Baca Di Bidang Dakwah Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi Wattpad terhadap minat baca mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi di bidang dakwah dan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh aplikasi wattpad terhadap minat baca mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi di bidang dakwah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Agus Yudi Raya (2021) dalam skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Kualitas Isi Konten dan Kredibilitas Sumber Informasi Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram @cegatansemarang Pada Masyarakat Kota Semarang”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 partisipan yang merupakan pengikut akun Instagram @cegatansemarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas isi konten dengan minat membaca berita di akun Instagram @cegatansemarang pada masyarakat kota Semarang dan untuk mengetahui hubungan antara kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun Instagram @cegatansemarang pada masyarakat kota Semarang.

Ketiga, penelitian dari Destya Maya Putri dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.5, No. 1, April 2018 yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Line Webtoon Terhadap Minat Membaca Komik Pada Mahasiswa Universitas Riau”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial Line Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Riau. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanasi. Penelitian ini dilakukan terhadap 96 mahasiswa Universitas Riau dari 10 Fakultas yang menggunakan media sosial Line Webtoon. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail

terhadap suatu fenomena atau gejala. Sedangkan metode kuantitatif ialah metode – metode yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap teori – teori tertentu dengan cara melakukan penelitian terhadap hubungan antar variabel.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Konten Media Sosial Instagram

Untuk mengukur konten media sosial Instagram, peneliti menggunakan teori dari Effendy yang mana teori tersebut menjelaskan bahwa terdapat tiga sub variabel yang berupa *Stimulus*, *Organism* dan *Response*. Dengan pengukuran menggunakan *mean* dan *grand mean*. Sehingga dapat diketahui rata-rata pada setiap indikator pernyataan diatas, maka menghitung total nilai rata-rata indikator variabel (X) “Konten Media Sosial Instagram” dengan menggunakan rumus *Grand Mean* berikut ini:

$$\text{Grand mean (x)} = \frac{\text{Total rata-rata hitung}}{\text{jumlah pernyataan}} = \frac{35,35}{10} = 3,535$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka diketahui nilai total rata-rata variabel X adalah 3,535. Sehingga diketahui bahwa variabel konten media sosial Instagram dikategorikan sangat tinggi karena berada dalam rentang interval 3,28-4,03.

4.2. Indikator Variabel Minat Baca

Untuk mengukur minat baca, peneliti menggunakan teori Undang Sudarsana dan Bastiano yang berupa kesenangan membaca, kesadaran akan manfaat membaca, frekuensi membaca dan kuantitas bacaan.¹ Kemudian perolehan data primer akan dihitung dengan rumus *mean* dan *grand mean*. Berikut ini hasil perhitungan Minat baca, yaitu:

$$\text{Grand mean (x)} = \frac{\text{Total rata-rata hitung}}{\text{jumlah pernyataan}} = \frac{41,78}{12} = 3,481$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka diketahui nilai total rata-rata variabel Y adalah 3,481. Sehingga diketahui bahwa variabel konten media sosial Instagram dikategorikan sangat tinggi karena berada dalam rentang interval 3,28-4,03.

Jika dihubungkan dengan teori Effendy mengenai konten media sosial Instagram yang berupa teori S-O-R atau Stimulus yang berupa pesan, Organism yang berupa komunikasi dan response yang berupa efek artinya konten tersebut dapat diterima dengan baik apabila pesan yang berupa informasi yang disampaikan kepada komunikasi atau seseorang dapat diterima dengan baik dan memiliki efek setelahnya. Hal inilah yang menjadikan peneliti sebagai standar dalam membuat kuesioner.

Data kuesioner yang telah dikumpulkan diolah dengan menggunakan rumus statistik dengan *mean* dan *grand mean* yang menunjukkan hasil perhitungan nilai tertinggi 3,61 pada indikator “konten yang dibuat oleh akun *bookstagram* memiliki informasi yang baik terkait hal-hal yang berkaitan dengan minat baca” yang artinya masuk kedalam kategori “sangat tinggi” karena berada di antara interval 3,28-4,03.

¹ Undang Sudarsana and Bastiano, *Pembinaan Minat Baca*, 2nd ed. (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), Hlm. 4.27.

Dari hasil analisis tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa konten-konten yang dibuat pada akun-akun *bookstagram* merupakan konten yang dapat mampu menyampaikan informasi yang berkaitan dengan hal-hal yang menyangkut dengan minat baca dengan bentuk yang menarik sehingga dapat membuat seseorang menjadi tertarik untuk melihat informasi yang disampaikan.

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner dengan melakukan uji normalitas, uji linieritas dan analisis regresi linier sederhana. Dalam pengujian uji hipotesis yaitu mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar $11,254 > t_{tabel} 1,966$, yang artinya bahwa konten akun *bookstagram* berpengaruh signifikan terhadap minat baca atau dengan kata lain memiliki pengaruh yang positif antar kedua variabel.

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti tentang “Konten *Bookstagram* Terhadap Minat Baca Bagi *Followers*-Nya”, dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Konten pada akun *bookstagram* terhadap minat baca bagi *followers*-nya menunjukkan bahwa konten pada akun *bookstagram* memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan *followers*-nya dengan sajian konten yang dibuat oleh akun *bookstagram* memiliki bentuk penyampaian informasi yang baik.
2. Pengaruh konten *bookstagram* terhadap minat baca bagi *followers*-nya memiliki pengaruh yang signifikan dan positif, hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis atau uji t dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $11,254 > t_{tabel} 1,966$. Hal ini dapat dikatakan kedua variabel memiliki pengaruh apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} .

Daftar Pustaka

- Agus Yudi Raya, “Hubungan Antara Kualitas Isi Konten Dan Kredibilitas Sumber Informasi Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram@Cegatansemarang Pada Masyarakat Kota Semarang” (PhD Thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2021), accessed November 13, 2022, <http://repository.unissula.ac.id/24529>
- Destya Maya Putri and Evawani Elysa Lubis, “Pengaruh Media Sosial Line Webtoon Terhadap Minat Membaca Komik Pada Mahasiswa Universitas Riau” (Journal:eArticle, Riau University, 2018), accessed November 13, 2022, <https://www.neliti.com/publications/208551/>.
- Galuh Wanda Saputri, “Pengaruh Aplikasi Wattpad Terhadap Minat Baca Di Bidang Dakwah Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi” (undergraduate, UIN SUNAN AMPEL SURABAYA, 2019), accessed November 13, 2022, <http://digilib.uinsby.ac.id/34613/>.
- Helena Anggidesialamia, “Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi YouTube” 3, no. 2 (May 2020): Hlm. 76,

- accessed February 1, 2023,
<https://journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/comm-edu/article/view/3779>.
- J Mattern, *Instagram* (Minneapolis: Abdo Publishing, 2016), Hlm.4-8.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, united The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), hlm. 61.
- Sintia Astarina, "Instagram @sintiawithbooks," accessed February 8, 2023,
<https://www.instagram.com/sintiawithbooks/>.
- Undang Sudarsana and Bastiano, *Pembinaan Minat Baca*, 2nd ed. (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), Hlm. 4.27.