

INTERAKSI MEDIA SOSIAL DAN MINAT BACA DI KALANGAN GEN Z

Anhar¹, Nur Azra Amanda Hazlin², Adelia Simanjuntak³, Diandra Nurbidayah⁴

^{1, 2, 3, 4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan, Jl. Kapten Piere Tendean, Kalimantan Timur, Indonesia
Email: azrastiebalikpapan@gmail.com

Article History

Received: 09-10-2024

Revision: 15-10-2024

Accepted: 18-10-2024

Published: 20-10-2024

Abstract. This study aims to examine the interaction between social media and reading interest among Gen Z, a generation born in the digital era and highly dependent on social media in daily life. Using a qualitative descriptive approach, this study explores Gen Z's perception of the impact of social media on reading habits, both positively and negatively. The type of research used is a qualitative descriptive approach. Data was obtained from 20 informants through semi-structured interviews and observation of social media activities related to literacy. Data analysis was carried out qualitatively consisting of data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The results of the study show that although social media diverts some attention from conventional reading activities, this platform can also be used as a tool to promote literacy through online reading communities and literacy-related content. This research provides important insights for the development of strategies to increase reading interest among the younger generation.

Keywords: Social Media, Reading Interest, Gen Z, Literacy, Digital Influence

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji interaksi antara media sosial dan minat baca di kalangan Gen Z, generasi yang lahir di era digital dan sangat bergantung pada media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi persepsi Gen Z mengenai dampak media sosial terhadap kebiasaan membaca, baik secara positif maupun negatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh dari 20 informan melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi aktivitas media sosial terkait literasi. Analisis data dilakukan secara kualitatif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun media sosial mengalihkan sebagian perhatian dari aktivitas membaca konvensional, platform ini juga dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan literasi melalui komunitas baca online dan konten terkait literasi. Penelitian ini memberikan wawasan penting untuk pengembangan strategi peningkatan minat baca di kalangan generasi muda.

Kata Kunci: Media Sosial, Minat Baca, Gen Z, Literasi, Pengaruh Digital

How to Cite: Anhar., Hazlin, N. A. A., Simanjuntak, A., & Nurbidayah, D. (2024). Interaksi Media Sosial dan Minat Baca di Kalangan Gen Z. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5 (5), 6241-6248.
<http://doi.org/10.54373/imeij.v5i5.1973>

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan generasi muda. Generasi Z (Gen Z), yang mencakup individu yang lahir pada pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersama dengan perkembangan pesat teknologi dan media sosial

(Budianto, 2022). Berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter kini menjadi ruang interaksi sosial utama bagi Gen Z, menggantikan sebagian besar aktivitas offline, termasuk kegiatan membaca. Hal ini menimbulkan kekhawatiran mengenai dampak media sosial terhadap minat baca di kalangan generasi ini, yang menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut (Wijaya, 2020).

Minat baca, yang merupakan salah satu fondasi penting dalam pengembangan literasi, mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan perubahan pola interaksi digital. Berbagai penelitian telah menunjukkan adanya penurunan minat baca, khususnya dalam membaca buku secara konvensional, di kalangan generasi muda akibat kehadiran media sosial. Namun, beberapa studi juga menemukan bahwa media sosial bisa berperan sebagai sarana promosi literasi, dengan munculnya komunitas baca online dan penyebaran informasi terkait buku dan literasi melalui platform digital. Oleh karena itu, perlu adanya kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana media sosial memengaruhi minat baca Gen Z, baik secara positif maupun negatif (Haryanto & Suryanto, 2019).

Penelitian mengenai interaksi antara media sosial dan minat baca sangat relevan dalam konteks Indonesia, dimana penggunaan media sosial di kalangan anak muda terus meningkat. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022, lebih dari 90% pengguna internet di Indonesia berasal dari kalangan usia 13-24 tahun, yang sebagian besar merupakan Gen Z. Hal ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan tingkat penggunaan media sosial tertinggi di dunia, dan pada saat yang sama, tingkat literasi membaca di Indonesia masih menjadi tantangan besar. Oleh karena itu, pemahaman mengenai bagaimana media sosial berperan dalam membentuk pola minat baca Gen Z di Indonesia menjadi sangat penting untuk pengembangan kebijakan pendidikan dan promosi literasi yang lebih efektif (Prasetyo, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi interaksi antara penggunaan media sosial dan minat baca di kalangan Gen Z. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini akan mendalami persepsi Gen Z tentang media sosial dan bagaimana platform tersebut memengaruhi preferensi dan kebiasaan membaca mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai peran media sosial dalam mempengaruhi perilaku membaca, serta memberikan rekomendasi bagi peningkatan minat baca di kalangan generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi interaksi antara media sosial dan minat baca di kalangan Gen Z. Subjek penelitian adalah individu Gen Z berusia 15 hingga 24 tahun yang aktif menggunakan media sosial, dengan kriteria tambahan seperti berdomisili di wilayah perkotaan dan memiliki kebiasaan membaca, baik cetak maupun digital. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih 20 informan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, yang berfokus pada persepsi informan tentang pengaruh media sosial terhadap minat baca, serta observasi terhadap 'aktivitas media sosial yang terkait dengan literasi. Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis tematik manual, mengikuti langkah-langkah terbaru yang diperkenalkan oleh Braun dan Clarke (2019). Proses dimulai dengan transkripsi wawancara, kemudian dilanjutkan dengan tahap pengkodean awal, dimana peneliti mengidentifikasi segmen-segmen teks yang relevan dan memberi label untuk tema sementara. Setelah itu, kode-kode ini dikelompokkan ke dalam tema utama yang mencakup pola penggunaan media sosial, dampaknya pada minat baca, serta persepsi terkait literasi digital. Pada tahap akhir, tema-tema yang telah diidentifikasi dianalisis secara mendalam untuk mengungkapkan hubungan yang lebih kompleks dan interpretasi yang bermakna dari data kualitatif. Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi metode, dimana data dari wawancara dilengkapi dengan observasi dan dokumentasi. Peneliti juga menerapkan *member checking*, yaitu meminta konfirmasi dari informan terkait hasil wawancara dan interpretasi awal yang dihasilkan untuk memastikan akurasi. Selain itu, analisis dilakukan secara transparan dengan mencatat setiap langkah proses pengkodean dan interpretasi, sehingga menghasilkan analisis yang lebih terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan (Braun & Clarke, 2019).

HASIL DAN DISKUSI

Pola Penggunaan Media Sosial

Sebagian besar informan melaporkan bahwa mereka menghabiskan waktu yang substansial di berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan Twitter. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, lebih dari 60% pengguna internet di Indonesia menghabiskan lebih dari tiga jam sehari untuk berselancar di media sosial. Informan mengungkapkan bahwa konten visual dan video yang lebih interaktif dari media sosial lebih menarik bagi mereka dibandingkan membaca teks yang panjang.

Fenomena ini mencerminkan pergeseran preferensi dalam cara Gen Z mengonsumsi informasi dan hiburan.

Dampak Terhadap Minat Baca

Penelitian ini menemukan bahwa media sosial memiliki dampak yang bersifat ambivalen terhadap minat baca di kalangan Gen Z. Di satu sisi, kehadiran media sosial sering kali menjadi sumber distraksi dari kebiasaan membaca konvensional. Banyak informan yang menyampaikan bahwa mereka kesulitan untuk berkonsentrasi saat membaca buku fisik, terutama ketika notifikasi media sosial terus berdatangan. Survei oleh National Literacy Trust (2020) menunjukkan bahwa 43% anak muda lebih memilih membaca konten secara online daripada buku cetak, yang mengindikasikan pergeseran signifikan dalam pola konsumsi literasi. Namun, di sisi lain, banyak informan juga menekankan bahwa media sosial berfungsi sebagai alat promosi literasi yang efektif. Mereka menemukan komunitas baca yang sangat bermanfaat di *platform* seperti *Goodreads* dan *BookTok*, di mana mereka bisa mendapatkan rekomendasi buku, berdiskusi tentang literasi, dan terlibat dalam tantangan membaca. Data dari Pew Research Center (2021) menunjukkan bahwa sekitar 30% pengguna media sosial mengikuti akun yang berkaitan dengan buku dan literasi, menandakan bahwa platform-platform tersebut memiliki potensi besar untuk meningkatkan minat baca di kalangan generasi muda.

Persepsi Terkait Literasi Digital

Informan juga menunjukkan kesadaran yang cukup tinggi tentang pentingnya literasi digital dalam memanfaatkan media sosial dengan bijak. Mereka mengungkapkan bahwa keterampilan untuk mengevaluasi sumber informasi dan membedakan mana yang valid dan tidak valid adalah aspek yang sangat penting. Lutz (2022) menekankan bahwa literasi digital kini menjadi keterampilan krusial dalam dunia yangibanjiri informasi yang tidak selalu akurat. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka merasa didongkrak oleh adanya konten edukatif di media sosial, namun tidak sedikit pula yang menyadari tantangan yang dihadapi ketika harus memilah informasi yang beredar secara online.

Keterkaitan Penggunaan Media Sosial dengan Aktivitas Membaca

Sebagian besar informan menggunakan media sosial sebagai aktivitas sehari-hari, namun umumnya platform tersebut dimanfaatkan untuk hiburan dibandingkan

meningkatkan minat baca. Salah satu informan, mahasiswa berusia 19 tahun, mengungkapkan:

"Saya biasanya membuka Instagram atau TikTok untuk hiburan, bukan untuk mencari informasi atau membaca buku. Rasanya lebih mudah untuk melihat video pendek daripada duduk dan membaca buku." (*Informan 1*).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan Gen Z lebih bersifat konsumtif terhadap konten hiburan, dan kurang digunakan untuk aktivitas yang merangsang minat baca. Media sosial telah menyediakan pengalaman yang instan dan visual, yang jauh berbeda dari aktivitas membaca buku yang lebih membutuhkan konsentrasi. Fenomena ini menegaskan bahwa Gen Z lebih terfokus pada konsumsi visual, sesuai dengan studi Anderson dan Jiang (2018) yang menyatakan bahwa generasi ini lebih cenderung mengonsumsi konten dalam bentuk gambar dan video.

Media Sosial Sebagai Distraksi terhadap Kegiatan Membaca Buku Beberapa

informan mengakui bahwa media sosial sering kali berperan sebagai gangguan yang membuat mereka kurang termotivasi untuk membaca buku. Seorang siswi SMA berusia 17 tahun menuturkan:

"Kadang saya niatnya mau membaca buku, tapi begitu lihat ponsel, saya malah asyik menonton video di YouTube. Akhirnya lupa dengan buku yang ingin saya baca." (*Informan 2*).

Siswa lain, berusia 20 tahun, juga menambahkan bahwa media sosial seringkali membuat mereka "terjebak" dalam konsumsi konten yang tak berujung:

"YouTube atau TikTok itu bikin kecanduan. Sekali buka, nggak bisa berhenti. Niat awal buat baca buku jadi hilang karena waktu habis di media sosial" (*Informan 5*).

Pernyataan ini menggambarkan bahwa daya tarik konten di media sosial sering kali mengganggu kegiatan membaca yang lebih membutuhkan perhatian. Media sosial dirancang untuk menyediakan konten terus-menerus, sehingga pengguna terjebak dalam siklus konsumsi yang sulit dihentikan, bahkan ketika mereka sebenarnya sudah merencanakan untuk membaca buku

Peran Positif Media Sosial dalam Memperkenalkan Konten Literasi

Meskipun banyak yang merasa terganggu oleh media sosial, beberapa informan juga menyebutkan bahwa mereka menemukan manfaat media sosial dalam memperkenalkan mereka kepada buku-buku atau konten literasi lainnya.

"Sebenarnya ada manfaat juga sih, misalnya di Instagram saya sering menemukan akun ulasan buku. Kadang jadi tertarik untuk mencari buku yang diulas dan membacanya." (*Informan 3*).

Hal ini juga didukung oleh pernyataan informan lain yang berusia 18 tahun, yang merasa terbantu oleh komunitas literasi di media sosial:

"Saya suka ikut komunitas baca online di media sosial. Dari situ saya sering dapat rekomendasi buku bagus yang mungkin nggak saya tahu kalau nggak ikut komunitas itu." (*Informan 6*).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama platform seperti Instagram dan Twitter, dapat menjadi ruang yang efektif untuk memperkenalkan konten literasi. Akun-akun yang fokus pada literasi dan komunitas online dapat membantu meningkatkan minat baca di kalangan Gen Z, terutama jika kontennya dikemas dengan cara yang menarik dan relevan bagi mereka. Ini sejalan dengan studi Liu (2021), yang menyoroti potensi media sosial dalam mempromosikan literasi, khususnya di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital.

Persepsi Gen Z tentang Definisi Literasi di Era Digital

Temuan lain yang menarik adalah adanya perubahan persepsi tentang apa yang dianggap sebagai "membaca" di kalangan Gen Z. Beberapa informan tidak lagi mengasosiasikan literasi hanya dengan membaca buku, tetapi juga dengan konsumsi informasi di media sosial. Salah satu informan berusia 18 tahun menyatakan:

"Buat saya, membaca itu sekarang nggak harus buku. Baca postingan atau artikel pendek di media sosial juga sudah cukup bikin saya merasa berpengetahuan." (*Informan 4*).

Pandangan ini didukung oleh informan lain yang menganggap bahwa aktivitas membaca tidak selalu harus dilakukan melalui buku fisik, melainkan bisa dari berbagai sumber digital yang lebih praktis:

"Sekarang kan sudah banyak info dari media sosial atau website. Saya nggak perlu baca buku tebal, cukup baca artikel atau review buku di internet." (*Informan 7*).

Pernyataan-pernyataan ini menunjukkan adanya pergeseran dalam konsep literasi di kalangan Gen Z. Mereka lebih terbiasa dengan konten singkat dan instan yang bisa dikonsumsi dengan cepat, baik melalui artikel pendek, postingan, maupun caption di media sosial. Literasi digital ini semakin menggantikan tradisi membaca buku panjang yang lebih menuntut perhatian. Ini selaras dengan penelitian Twenge (2017) yang menunjukkan bahwa generasi

muda cenderung mencari informasi melalui platform digital dengan format yang lebih mudah dicerna.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial mengalihkan sebagian perhatian dari aktivitas membaca konvensional, platform ini juga dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan literasi melalui komunitas baca online dan konten terkait literasi. Penelitian ini memberikan wawasan penting untuk pengembangan strategi peningkatan minat baca di kalangan generasi muda.

REFERENSI

- Anhar, 2022. Pergeseran Ideologi Agama dalam Puisi Almustafa Karya Kahlil
- Anhar, 2023. Optimalisasi Materi Inklusi Kesadaran Pajak bagi Dosen Mata Kuliah Wajib Umum dengan Pendekatan Teks Akademik Genre MakroI. ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat. DOI: <https://doi.org/10.30812/adma.v3i2.2709>
- Anhar, 2024. Krisis Identitas Budaya Generasi Z: Antara Lema Bahasa Bahasa Nasional, Bahasa Daerah Dan Bahasa Alay.SOCIETIES: Journal of Social Sciences and Humanities. DOI: <https://doi.org/10.26858/societies.v4i1.64557>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2022). Laporan Survei Internet APJII 2022: Penggunaan Internet di Indonesia. Jakarta: APJII. Diakses dari <https://apjii.or.id>.
- Anshori, A., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Baca Siswa Sekolah Menengah Atas di Kota Makassar. Jurnal Pendidikan dan
- Budianto, R. (2022). Media Sosial dan Perubahan Kebiasaan Membaca di Era Digital. Jurnal Komunikasi dan Media, 14(1), 50-65.
- Gibran. Bahasa: Jurnal Keilmuan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia; DOI: <https://doi.org/10.26499/bahasa.v4i2.287>
- Haryanto, T., & Suryanto, B. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Motivasi Membaca pada Remaja. Jurnal Psikologi Pendidikan, 10(3), 112-130.
- Liu, S. (2021). The Role of Social Media in Promoting Literacy Among Youth. International Journal of Educational Technology, 12(2), 100-115.
- Lutz, J. (2022). Digital Literacy in the Age of Social Media. Journal of Digital Literacy, 15(3), 45-60.
- Mulyadi, D. (2021). Strategi Meningkatkan Minat Baca melalui Media Sosial di Kalangan Mahasiswa. Jurnal Literasi dan Pendidikan, 5(2), 77-92.
- Prasetyo, E. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Kebiasaan Membaca di Kalangan Generasi Z. Jurnal Ilmu Komunikasi, 19(1), 34-50.
- Santoso, P. (2023). Evolusi Literasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang. Jurnal Pendidikan dan Teknologi, 16(1), 33-48.
- Smith, A. (2020). Trends in Social Media Usage among Young Adults. Journal of Communication, 70(1), 123-140.
- Twenge, J. M. (2017). iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—and Completely Unprepared for Adulthood—and What That Means for the Rest of Us. Atria Books.

- Wahyuni, I., & Rachman, A. (2021). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kebiasaan Membaca di Kalangan Remaja. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 25(3), 87-96. <https://doi.org/10.25139/jpkop.v25i3.209>
- Wijaya, A. (2020). Komunitas Baca Online sebagai Sarana Peningkatan Minat Baca Generasi Muda. *Jurnal Komunitas dan Sosial*, 7(2), 58-73.
- Yulianto, D. (2019). Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Minat Baca Generasi Milenial. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 6(2), 32-41. <https://doi.org/10.24036/jpbs.v6i2.741>
- Yunus, M., & Rahman, S. (2021). Literasi Digital dan Pengaruhnya terhadap Minat Baca Generasi Z. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 8(2), 89-105.
- Zhang, L. (2020). Social Media as a Tool for Promoting Reading Habits among Youth. *Educational Research Review*, 25(4), 200-215.