



PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BACA MASYARAKAT (STUDI KASUS PADA AKUN @KOMUNITASPEMBACABUKU)

Siska Febrianti^{1*}, Nining Sudiar², Rosman H³
¹²³Universitas Lancang Kuning Pekanbaru, Indonesia

Article History:

Received: Nov 22th, 2021
Revised: Dec 23th, 2021
Accepted: Dec 30th, 2021
Published: Dec 31st, 2021

Keywords:

Account
@komunitaspembacabuku,
Literacy, Instagram, Reading
Interest, Social Media

*Correspondence Address:
febriantisiska14@gmail.com

Abstract: This research is entitled The Effect of Instagram Social Media on People's Reading Interest (Case Study on the @komunitaspembacabuku account). The purpose of this study was to find out how the influence of Instagram social media on reading interest in the case study community on the Instagram account @komunitaspembacabuku. The method used in this research is a quantitative method with the type of case study research. Data collection techniques using questionnaires, observation, and documentation. The population in this study amounted to 24,300 followers with a sample of 100 respondents. Based on the results of data analysis, it can be seen that there is a simultaneous positive and significant effect between Instagram social media on people's reading interest (a case study on the Instagram account @komunitaspembacabuku) with a calculated f value of $53.474 > 3.938$ or (f count $> f$ table) so that H_0 is rejected and H_a accepted. based on the coefficient of determination of the Instagram social media variable (X) it affects people's reading interest (Y) by 35% while the remaining 65% is influenced by other factors not examined in this study.

PENDAHULUAN

Dalam jangka panjang pemanfaatan media sosial semakin berkembang dan meluas, hal ini didukung dengan semakin berkembangnya pemanfaatan telepon seluler. Media sosial dan internet tidak hanya digunakan sebagai mekanisme pergaulan dan korespondensi tetapi di sisi lain digunakan juga sebagai media khusus dan presentasi hal-hal terbaru yang sedang dibuat. Pemanfaatan media sosial saat ini sudah lumrah

dikalangan masyarakat sehingga muncul istilah warganet. Warganet mempunyai makna sebagai pengguna aktif dalam menggunakan internet.¹

Perlu kita sadari bahwa generasi pengguna media sosial umumnya tidak memahami pentingnya akurasi dan verifikasi, sehingga dalam hal penulisan ilmiah tidak jarang ditemukan literatur yang kurang pas, atau bahkan tidak seharusnya digunakan dalam ranah akademik. Untuk itu, penggunaan media sosial oleh masyarakat dinilai dapat memberikan edukasi lebih akurat bagi para pengguna serta dapat menjawab tantangan zaman yang semakin menginginkan sesuatu yang cepat dan tidak terbatas ruang dan waktu.²

Sebuah media berbasis web yang berada di Kanada bernama *Hootsuite* telah bekerja sama dengan *We Are Social* sebuah situs web yang berada di Inggris telah menyampaikan laporan tentang peningkatan penggunaan internet dari seluruh dunia termasuk Indonesia. Bersumber pada laporan tersebut Indonesia mempunyai sebanyak 268,200.000 penduduk. Internetnya menggapai angka 150,000.000 jiwa serta jumlah smartphone yang tersambung menggapai angka 355,500.000 unit sebaliknya jumlah pengguna media sosialnya sebanyak 150,000.000 pengguna aktif³. Rata-rata setiap hari waktu yang dihabiskan oleh orang Indonesia untuk bermain internet adalah 8 jam 36 menit, untuk bermain media sosial setiap hari adalah 3 jam 26 menit, rata-rata waktu yang dihabiskan untuk melihat tv, broadcast, video adalah 2 jam 52 menit, dan rata-rata mendengarkan musik adalah 1 jam 22 menit. Artinya penduduk Indonesia lebih sering menghabiskan waktunya untuk bermain internet dan media sosial.⁴

Instagram jadi media sosial terfavorit anak muda dalam mengakses kabar. Hasil survei *Maverick* Indonesia menunjukkan sebanyak 84% generasi muda konsumsi kabar lewat instagram, dari jumlah tersebut terdapat sebanyak 89% responden yang memilah buat mengkonsumsi kabar lewat Instagram.⁵ Instagram digunakan selaku salah

¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring, "Pendidikan," Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pendidikan>.

² Eni Amaliah and Sumarno, "Intensifikasi Penggunaan Media Sosial Untuk Mewujudkan Perpustakaan Modern Di Era Digital," *Jurnal El -Pustaka Universitas Raden Intan Lampung* Vol.2, no. No.1 (2021): 60, <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/el-pustaka/article/view/9340/4549>.

³ Hootsuite, "Digital 2019 : Indonesia," Hootsuite & We Are Social, 2019, <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>.

⁴ Ibid.

⁵ Dimas Jarot Bayu, "Instagram Jadi Media Sosial Terfavorit Anak Muda Dalam Mengakses Berita," *Kata Data*, 2020.

satu media buat mencari serta berbagi data dan ilmu pengetahuan.⁶ Hasil perhitungan melaporkan kalau rata-rata angka indeks alibaca nasional masuk dalam kegiatan literasi rendah ialah terletak diangka 37,32 artinya minat baca masyarakat di Indonesia masih tergolong dalam kategori rendah.⁷

Hasil riset lainnya bertajuk *World's Most Literate Nations Ranked* yang dilakukan oleh *Central Connecticut State University* pada 2016 silam, menyatakan Indonesia menduduki peringkat 60 dari 61 Negara soal minat baca. Persis berada di bawah Thailand (59) dan di atas Botswana (6) padahal dari segi infrastruktur pendukung membaca, Peringkat Indonesia berada di atas negara-negara Eropa.⁸

Hasil observasi yang telah peneliti lakukan melalui akun media sosial instagram @komunitaspembacabuku pada tanggal 1 Oktober 2020 dapat diketahui bahwa akun tersebut memiliki visi untuk meningkatkan minat baca buku netizen Indonesia dari instagram, observasi peneliti lakukan dengan melihat profile akun instagram @komunitaspembacabuku. Selain memiliki misi untuk meningkatkan minat baca buku, akun tersebut juga mengadakan tantangan membaca dengan cara mengunggah foto buku beserta review buku tersebut sesuai dengan tema yang telah ditentukan, tantangan membaca buku dilaksanakan setiap bulan dengan tema yang berbeda dan *hashtag* yang berbeda sesuai dengan tema yang telah ditentukan, selain tantangan membaca akun tersebut juga sering mengadakan siaran langsung di instagram bersama para pembaca lainnya.

Akun instagram @komunitaspembacabuku di bentuk pada tanggal 4 Mei 2019, informasi tersebut peneliti dapatkan melalui wawancara singkat bersama admin instagram @komunitaspembacabuku. Mulai dari awal akun tersebut dibentuk sampai tanggal 31 Januari 2021 akun tersebut sudah memiliki sebanyak 24.3ribu pengikut, 1.498 postingan yang terdiri dari foto dan video berdurasi pendek, serta telah mengikuti sebanyak 1.400 akun. Berdasarkan pemaparan di atas, dan masih sedikitnya penelitian yang membahas

⁶ dinda Marta Almas Zakirah, "Mahasiswa Dan Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga)," *Jurnal Sosiologi Fisip Universitas Airlangga*, 2017, 5, <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmnts1ebd5f9d32full.pdf>.

⁷ Kepala Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, *Indeks Aktivitas Literasi Membaca, Puslitjakdikbud*, Cetakan pe (Jakarta: Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2019), [http://repositori.kemdikbud.go.id/13033/1/Puslitjakdikbud_Indeks Aktivitas Literasi Membaca 34 Provinsi](http://repositori.kemdikbud.go.id/13033/1/Puslitjakdikbud_Indeks%20Aktivitas%20Literasi%20Membaca%2034%20Provinsi).

⁸ Eni Amaliah and Sumarno, "Intensifikasi Penggunaan Media Sosial Untuk Mewujudkan Perpustakaan Modern Di Era Digital," *Jurnal El -Pustaka Universitas Raden Intan Lampung* Vol.2, no. No.1 (2021): 60, <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/el-pustaka/article/view/9340/4549>.

tentang pengaruh media sosial instagram terhadap minat baca masyarakat, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Baca Masyarakat (Studi Kasus pada akun @komunitaspembacabuku).

LANDASAN TEORI

Ada beberapa penulis yang peneliti jadikan sebagai acuan dalam menuliskan artikel ini dan penelitian yang dilakukan oleh penulis sebelumnya berkaitan dengan judul yang peneliti lakukan: Pertama, penelitian yang dengan judul Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang. Penelitian ini diambil dari jurnal mahasiswa Jurusan Ilmu Sosial dan Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang.⁹

Kedua, penelitian dengan judul Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Pada followers @Exploremalang). Penelitian ini diambil dari Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Media Sosial Instagram @exploremalang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y) *followers* ke suatu destinasi (kampung warna-warni jodipan). Diketahui bahwa koefisien beta dari analisis ini yaitu sebesar 73.1% dan 16.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Indikator variabel media sosial instagram yang berpengaruh dominan yaitu indikator *hashtag* dengan nilai *mean* 4.28 dan item yang mendominasi indikator *hashtag* yaitu akun @exploremalang yang memberikan pesan dengan menggunakan *hashtag* yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan foto agar mudah ditemukan *followers*. Sedangkan indikator pada variabel minat Berkunjung yang berpengaruh dominan yaitu minat transaksional dengan nilai *mean* 3.97 bahwa responden tertarik untuk mengunjungi kampung warna-warni jodipan, tertarik mengambil foto di Kampung warna-warni Jodipan dan tertarik pada keunikan kampung warna-warni jodipan.¹⁰

⁹ Fakhri Arbi and Sulih Indra Dewi, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribuana Tungga Dewi* Vol.6,No.2 (2017): 74, <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1474/1055>.

¹⁰ Sakinah Adinda and Edriana Pangestuti, "Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Padafollowers @Exploremalang)," *Jurnal Admininstrasi Bisnis Universitas Brawijaya* Vol 72 No. (2019), <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2852/3239>.

Ketiga, Penelitian dengan judul Dampak Media Sosial Terhadap Minat Baca Masyarakat Di Dusun Payaman Utara, Girirejo, Imogiri, Bantul (Kajian tentang *Reading for Pleasure*). Penelitian ini diambil dari Skripsi Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga, Yogyakarta. Hasil yang diperoleh adalah penggunaan media sosial di dusun Payaman Utara, Girirejo, Imogiri Bantul cukup tinggi, hal ini dilihat dari pengguna smartphone serta intensitas penggunaan media sosial. Warga Payaman Utara menggunakan media sosial untuk mencari informasi yang disenangi. Minat masyarakat untuk bahan bacaan fisik rendah. Warga menggunakan media sosial untuk berinteraksi satu sama lain. Hasil penelitian diketahui bahwa masyarakat membutuhkan informasi yang terbaru secara cepat dan mudah, hal ini dijawab dengan adanya media sosial.¹¹

Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.¹² Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.

Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera Polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan.” Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti Polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan

¹¹ Damar Triatmojo, “Dampak Media Sosial Terhadap Minat Baca Masyarakat Di Dusun Payaman Utara, Girirejo, Imogiri, Bantul (Kajian Tentang Reading For Pleasure)” (Uin Sunan Kali Jaga, Yogyakarta, 2017).

¹² Mulawarman and Aldila Dyas Nurfitri, “Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan,” *Buletin Psikologi* Vol.25 No. (2017): 36–44, <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>.

jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.¹³

Minat Baca

Minat baca merupakan dorongan untuk memahami kata demi kata dan isi yang terkandung dalam teks bacaan tersebut, sehingga pembaca dapat memahami hal-hal yang dituangkan dalam bacaan itu. Minat baca merupakan kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dengan diri sendiri untuk menangkap makna yang terkandung dalam tulisan sehingga memberikan pengalaman emosi akibat dari bentuk perhatian yang mendalam terhadap makna bacaan. Minat baca juga diartikan sebagai keinginan yang kuat disertai usaha-usaha seseorang untuk membaca. Orang yang mempunyai minat membaca yang kuat akan diwujudkan dalam kesediaannya untuk mendapatkan bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadarannya sendiri.¹⁴

METODE

Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis studi kasus yaitu sesuai dengan jenis datanya yang ada.¹⁵ Adapun Populasi dari Penelitian ini adalah seluruh masyarakat instagram yang mengikuti akun @komunitaspembacabuku dengan jumlah 24,300 ribu Pengikut, jumlah ini dilihat pada bulan Oktober 2020.

Penghitungan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane. Adapun rumus Yamane adalah sebagai berikut¹⁶:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan :

N= jumlah sampel

N= Jumlah Populasi

d= presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

¹³ Bambang, *Instagram Handbook*, Cet.1 (Jakarta: Mediakita, 2012).

¹⁴ Dalman, *Keterampilan Membaca*, Cet.2 (Jakarta: Rajawali Press, 2014).

¹⁵ Mezan el-Khaeri Kesuma, Ahmad Basyori, and Ahmad Zaki Alhafidz, "Rancang Bangun Media Pembelajaran Imla' Pada Materi Penulisan Hamzah Berbasis Android," *International Research on Big-Data and Computer Technology: I-Robot* 5, no. 1 (2021): 20–27, <https://doi.org/10.53514/ir.v5i1.203>.

¹⁶ Nur Rochmah, "Pengaruh Soft Skill Staf Perpustakaan Terhadap Pelayanan Prima Di Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Gadjah Mada," *Jurnal Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Universitas Gadjah Mada* Volume 12, (2016): 144–49, <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/bip.17294>.

Jika dihitung dengan menggunakan rumus di atas, maka di dapatkan hasil sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} \\
 n &= \frac{24,300}{24,300 \times 0,1^2 + 1} \\
 n &= \frac{24,300}{243 + 1} \\
 n &= \frac{24,300}{244} \\
 n &= 99.59 \\
 &= 100 \text{ Orang}
 \end{aligned}$$

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel yang dilakukan dengan cara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi¹⁷.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rekapitulasi dan Deskripsi Identitas Responden

Pada penelitian ini peneliti mengkategorikan responden kedalam beberapa karakteristik. Karakteristik, untuk usia terbagi atas usia 14-20 tahun, 21-27 tahun, 28-34 tahun dan 35-42 tahun. Berdasarkan hasil penelitian responden yang paling banyak adalah responden dari usia 21-27 tahun. Untuk data pendidikan responden didapat hasil bahwa responden terbanyak adalah responden yang sedang/telah menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) di berbagai jurusan. Berdasarkan jenis kelamin, responden yang paling banyak adalah perempuan. Dan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa domisili responden berasal dari Provinsi yang berbeda, responden terbanyak berasal dari Provinsi Jawa Barat dengan persentase 19% dan Provinsi Jawa Timur dengan Persentase 17%.

Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden

Skor variabel media sosial instagram (X)

Berdasarkan data yang telah diolah maka didapat nilai tertinggi sebesar 59 sedangkan nilai terendahnya adalah 0. Setelah nilai tertinggi dan terendah di peroleh

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017).

maka langkah selanjutnya adalah menetapkan kategori yang dimaksud dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Panjang Interval} = \frac{H-L}{n_{\text{kategori}}} + 1$$

Keterangan :

Panjang Interval

H : Nilai Tertinggi

L : Nilai Terendah

ⁿKategori : Jumlah kategori yang diinginkan

$$\begin{aligned} \text{Panjang Interval} &= \frac{H-L}{n_{\text{kategori}}} + 1 \\ &= \frac{95-45}{3} + 1 \\ &= \frac{50}{3} + 1 \\ &= 16.6+1 \\ &= 17.6 \text{ dibulatkan menjadi } 18 \end{aligned}$$

Tabel 1. Kategori Variabel X

Interval	Frekuensi	Kategori	Persentase
45-63	15	Rendah	15%
64-82	77	Sedang	77%
83-101	8	Tinggi	8%

Sumber: Data diolah April 2021

Tabel di atas menunjukkan dari 100 responden didapati sebagian kecil yaitu sebanyak 15 orang dengan persentase 15% berada dalam kategori rendah, hampir seluruhnya sebanyak 77 orang dengan persentase 77% berada dalam kategori sedang dan sebagian kecil yaitu sebanyak 8 orang dengan persentase 8% berada dalam kategori tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial instagram oleh masyarakat yang mengikuti akun instagram @komunitaspembacabuku hampir seluruhnya berada dalam kategori sedang.

Skor variabel minat baca (Y)

Berdasarkan data yang telah diolah maka didapat nilai tertinggi sebesar 106 sedangkan nilai terendahnya adalah 64. Setelah nilai tertinggi dan terendah di peroleh maka langkah selanjutnya adalah menetapkan kategori yang dimaksud dengan memasukkannya kedalam rumus di bawah ini :

$$\text{Panjang Interval} = \frac{H-L}{n_{\text{kategori}}} + 1$$

Keterangan :

Panjang Interval

H : Nilai Tertinggi

L : Nilai Terendah

ⁿKategori : Jumlah kategori yang diinginkan

$$\begin{aligned} \text{Panjang Interval} &= \frac{H-L}{n_{\text{kat gori}}} + 1 \\ &= \frac{106-64}{3} + 1 \\ &= \frac{42}{3} + 1 \\ &= 14+1 \\ &= 15 \end{aligned}$$

Tabel 4.50 Kategori Variabel Y

Interval	Frekuensi	Kategori	Persentase
64-79	15	Rendah	15%
80-95	70	Sedang	70%
96-111	15	Tinggi	15%

Sumber: Data diolah April 2021

Tabel diatas menunjukkan dari 100 responden didapati sebagian kecil yaitu sebanyak 15 orang dengan persentase 15% berada dalam kategori rendah, sebagian besar responden yaitu sebanyak 70 orang dengan persentase 70% berada dalam kategori sedang dan sebagian kecil yaitu sebanyak 15 orang dengan persentase 15% berada dalam kategori tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa minat baca masyarakat yang mengikuti akun instagram @komunitaspembacabuku sebagian besar berada dalam kategori sedang.

Uji Normalitas Data

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	6.76114908
Most Extreme Differences	Absolute	0.071
	Positive	0.058
	Negative	-0.071
Test Statistic		0.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah April 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas, didapat nilai Signifikansi sebesar 0.200 nilai ini lebih besar dari pada 0.05, maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai residual bersifat normal.

Uji Linearitas

Tabel 4. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Baca * Media Sosial Instagram	Between Groups	(Combined)	3988.783	32	124.649	2.778	0.000
		Linearity	2469.399	1	2469.399	55.036	0.000
		Deviation from Linearity	1519.384	31	49.012	1.092	0.373
	Within Groups		3006.217	67	44.869		

	Total	6995.000	99			
--	-------	----------	----	--	--	--

Sumber : Data diolah April 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Deviation From Linearity* adalah 0.373 nilai tersebut berarti lebih besar dari pada 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel independent dan dependent.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	44.451	5.926		7.501	0.000
	Media Sosial Instagram	0.606	0.083	0.594	7.313	0.000

a. Dependent Variable: Minat Baca

Sumber : Data diolah April 2021

Berdasarkan tabel di atas, B pada konstanta (a) sebesar 44.451 sedangkan (b) adalah sebesar 0.606. Sehingga, persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y=a+bX \text{ atau } 44.451+0.606X.$$

Keterangan :

Konstanta (a) = 44.451 hal ini berarti bahwa apabila media sosial instagram tidak ada peningkatan atau konstan, maka nilai minat baca masyarakat akan tetap sebesar 44.451.

Konstanta (b) = 0.606 hal ini berarti apabila nilai media sosial instagram naik sebanyak satu satuan, maka minat baca masyarakat akan meningkat sebesar 0.606 satuan. Artinya semakin meningkatnya media sosial instagram maka minat baca masyarakat juga semakin tinggi.

Uji Hipotesis (Uji F)

Tabel 6. Uji Hipotesis

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2469.399	1	2469.399	53.474	.000 ^b
	Residual	4525.601	98	46.180		
	Total	6995.000	99			
a. Dependent Variable: Minat Baca						
b. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram						

Sumber : Data diolah April 2021

Untuk melihat adanya pengaruh yang signifikan, digunakan kriteria signifikansi sebesar 5% (0.05) dan membandingkan antara f_{hitung} dengan f_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$: berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$: berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai f_{hitung} sebesar $53.474 > 3.938$ atau ($f_{hitung} > f_{tabel}$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara media sosial instagram terhadap minat baca masyarakat studi kasus pada akun instagram @komunitaspembacabuku.

Koefisien Determinasi R²

Tabel 7. Koefisien Determinasi menggunakan Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594 ^a	0.353	0.346	6.796
a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram				

b. Dependent Variable: Minat Baca

Sumber : Data diolah April 2021

Nilai koefisien determinasi sebesar 0.353, maka dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial instagram (X) berpengaruh terhadap minat baca masyarakat (Y) sebesar 35% sedangkan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Hasil skor total variabel media sosial instagram (X) menyatakan bahwa penggunaan media sosial instagram oleh masyarakat yang mengikuti akun instagram @komunitaspembacabuku hampir seluruhnya berada dalam kategori sedang. Hasil Skor total variabel minat baca (Y) menyatakan bahwa minat baca masyarakat yang mengikuti akun instagram @komunitaspembacabuku sebagian besar berada dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil *uji test of linierity* dengan taraf signifikasi 5% didapat bahwa nilai *Deviation from linearity* lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.373, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel independent (X) dan dependent (Y) dan terdapat hubungan kausal antara variabel media sosial instagram (X) dengan minat baca masyarakat (Y). hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y=a+bX$ atau $44.451+0.606X$. Konstanta (a) sama dengan 44.451 hal ini berarti bahwa apabila media sosial instagram tidak ada peningkatan atau konstan, maka nilai minat baca masyarakat akan tetap sebesar 44.451. Konstanta (b) sama dengan 0.606 hal ini berarti apabila nilai media sosial instagram naik sebanyak satu satuan, maka minat baca masyarakat akan meningkat sebesar 0.606 satuan. Artinya semakin meningkatnya media sosial instagram maka minat baca masyarakat juga semakin tinggi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa nilai f_{hitung} sebesar 53.474 > 3.938 atau ($f_{hitung} > f_{tabel}$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara media sosial instagram terhadap minat baca masyarakat studi kasus pada akun instagram @komunitaspembacabuku, dan berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapat R^2 sebesar 0.353, maka dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial instagram (X) berpengaruh terhadap minat baca masyarakat (Y) sebesar 35% sedangkan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, Sakinah, and Edriana Pangestuti. "Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Pada Followers @Exploremalang)." *Jurnal Admininstrasi Bisnis Universitas Brawijaya* Vol 72 No. (2019).
- Amaliah, Eni, and Sumarno. "Intensifikasi Penggunaan Media Sosial Untuk Mewujudkan Perpustakaan Modern Di Era Digital." *Jurnal El -Pustaka Universitas Raden Intan Lampung* Vol.2, no. No.1 (2021): 60.
- Arbi, Fakhris, and Sulih Indra Dewi. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribuana Tungga Dewi* Vol.6,No.2 (2017): 74.
- Bambang. *Instagram Handbook*. Cet.1. Jakarta: Mediakita, 2012.
- Bayu, Dimas Jarot. "Instagram Jadi Media Sosial Terfavorit Anak Muda Dalam Mengakses Berita." *Kata Data*, 2020.
- Dalman. *Keterampilan Membaca*. Cet.2. Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Hootsuite. "Digital 2020 : Indonesia." Hootsuite & We Are Social, 2020.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring. "Pendidikan." Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016.
- Kebudayaan, Kepala Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan. *Indeks Aktivitas Literasi Membaca. Puslitjakdikbud*. Cetakan pe. Jakarta: Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2019.
- Kesuma, Mezan el-Khaeri, Ahmad Basyori, and Ahmad Zaki Alhafidz. "Rancang Bangun Media Pembelajaran Imla' Pada Materi Penulisan Hamzah Berbasis Android." *International Research on Big-Data and Computer Technology: I-Robot* 5, no. 1 (2021): 20–27. <https://doi.org/10.53514/ir.v5i1.203>.
- Mulawarman, and Aldila Dyas Nurfitri. "Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan." *Buletin Psikologi* Vol.25 No. (2017): 36–44. <https://doi.org/DOI: 10.22146/buletinpsikologi.22759>.
- Rochmah, Nur. "Pengaruh Soft Skill Staf Perpustakaan Terhadap Pelayanan Prima Di Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Gadjah Mada." *Jurnal*

Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Universitas Gadjah Mada Volume 12, (2016): 144–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/bip.17294>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2017.

Triatmojo, Damar. “Dampak Media Sosial Terhadap Minat Baca Masyarakat Di Dusun Payaman Utara, Girirejo, Imogiri, Bantul (Kajian Tentang Reading For Pleasure).” Uin Sunan Kali Jaga, Yogyakarta, 2017.

Zakirah, Dinda Marta Almas. “Mahasiswa Dan Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga).” *Jurnal SOSIOLOGI FISIP UNIVERSITAS AIRLANGGA*, 2017, 5.