

PENGARUH KONTEN *REVIEW* BUKU TERHADAP MINAT BACA PADA *FOLLOWERS* TIKTOK MEISYA SALLWA

Krisnawati br Situmorang¹; Maylanny Christin²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia:

Maylannychristin@telkomuniversity.ac.id

*Correspondence : Maylannychristin@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Menurut data UNESCO (Devega, 2017), minat membaca masyarakat Indonesia saat ini tergolong sangat rendah. Salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya minat membaca adalah munculnya media baru seperti *platform* Tiktok. Tiktok awalnya dianggap sebagai media hiburan semata. Namun, terdapat pihak-pihak yang mematahkan stigma tersebut dengan memberikan konten edukatif. Meisya Sallwa merupakan salah satu *content creator* Tiktok yang memberikan konten edukasi berupa konten *review* buku pengembangan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten *review* buku terhadap minat membaca *followers* Tiktok Meisya Sallwa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan membagikan kuesioner secara *online* melalui Instagram, Tiktok dan Whatsapp. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji T. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil pengaruh konten *review* buku pengembangan diri sebesar 43,7% terhadap minat minat membaca sedangkan, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SKata kunci

Konten, review buku, minat baca.

ABSTRACT

According to UNESCO data (Devega, 2017), the reading interest of the Indonesian people is currently classified as very low. One of the factors that affected the common good in reading is the emergence of new media such as the Tiktok platform. TikTok is a platform that was initially used as a mere entertainment medium. However, some parties broke this stigma by providing educational content. Meisya Sallwa is a Tiktok content creator who offers educational content in the form of self-development book review content. This study aims to determine how much influence book review content has on the reading interest of Meisya Sallwa's Tiktok followers. This study uses a quantitative method by sharing questionnaires online via Instagram, Tiktok, and Whatsapp. The data analysis technique used in this study is descriptive analysis, normality test, simple linear regression analysis, correlation coefficient test, coefficient of determination test, and T-test. Based on the study's results, it was found that the influence of self-development book review content was 43.7% on reading interest; meanwhile, the rest is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords

book review, content, reading interest

Pendahuluan

Kurangnya minat membaca masyarakat Indonesia memang sudah banyak dibicarakan. Menurut data UNESCO, minat baca masyarakat Indonesia sangat rendah yaitu hanya 0,001% (Devega, 2017). Kemudian, menurut studi “*Most Littered Nation In the World*” dari *Central Connection State University* pada Maret 2016 lalu, Indonesia berada di peringkat ke 60 dari 61 negara dalam hal minat baca. Indonesia berada di bawah Thailand yang menduduki peringkat 59 (Gewati, 2016).

Kemajuan teknologi yang sangat cepat dianggap menjadi salah satu faktor penyebab rendahnya minat membaca. Salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya minat membaca adalah media sosial (Jumady dkk, 2022). Disisi lain, pada bulan Januari tahun 2022 aplikasi tiktok terpilih menjadi aplikasi paling banyak diunduh dan memiliki pengguna aktif 755 juta orang pada tahun 2022. Angka tersebut meningkat dibandingkan tahun 2020 mencapai 59,8% (Nistanto, 2022).

Valiant (2020), Tiktok adalah sebuah *platform* yang memberikan kemudahan pengguna untuk membuat dan membagikan video klip pendek berdurasi minimal 15 detik. Orang yang memberikan informasi dalam bentuk video klip pendek pada *platform* media sosial disebut *content creator* (Sundawa & Trigartanti, 2018). Pada penelitian ini, peneliti fokus pada *content creator* yang menyajikan konten edukasi pada aplikasi Tiktok berupa konten *review* buku karena melibatkan fenomena yang terjadi pada masyarakat Indonesia saat ini yaitu kurangnya minat membaca. Salah satu *content creator* yang menyajikan konten *review* buku adalah Meisya Sallwa. Berikut merupakan profil kanal Tiktok Meisya Sallwa. Berikut merupakan profil kanal Tiktok Meisya Sallwa.

Gambar 1 Profil Kanal Tiktok Meisya Sallwa



Sumber: Kanal Tiktok Meisya Sallwa, 2023

Meisya Sallwa merupakan salah satu *content creator reviewer* buku pengembangan diri pada media sosial Tiktok. Judul buku pengembangan diri yang di *review* oleh Meisya Sallwa berbeda-beda dan tidak hanya terpaku pada buku pengembangan diri nasional saja namun juga buku pengembangan diri internasional Seperti *The 48 Laws Of Power*, *You Do You*, *Bicara Itu Ada Seninya*, dan lain-lain. Konsep konten yang disajikan oleh Meisya Sallwa juga berbeda-beda seperti menggunakan teknik *storytelling* dalam menyampaikan *review* buku pengembangan diri, *review* buku berupa tulisan dalam video dengan penambahan *sound* atau musik yang sedang viral dan lain-lain.

Akhir-akhir ini, genre buku pengembangan diri memang banyak digemari oleh masyarakat di Indonesia. Buku dengan judul *Filosofi Teras* meraih penghargaan *book of*

the year pada tahun 2019 dan terpilih menjadi buku terlaris tahun 2022 versi Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI, 2022). Selain itu, pada *platform* daring *gramedia.com* terdapat beberapa buku pengembangan diri yang sering masuk ke dalam kategori *best seller*.

Berdasarkan hasil riset pra penelitian yang penulis lakukan (06/02/2023) dari 5 *content creator* yang membagikan konten *review* buku, ada satu yang menarik perhatian penulis yakni Meisya Sallwa. Penulis memilih Meisya Sallwa dikarenakan memiliki jumlah pengikut, *likes* dan *views* yang banyak dibandingkan *content creator review* buku lainnya. Akun ini memiliki 767.200 *followers* dengan total 25.7 juta. Selain itu, alasan peneliti memilih Meisya Sallwa yakni pada beberapa konten disajikan menggunakan teknik *storytelling*. Jenis buku yang paling sering diulas oleh Meisya Sallwa adalah buku-buku pengembangan diri. Berikut merupakan daftar tabel yang menunjukkan data jumlah *followers* dan *likes content creator review* buku di media sosial Tiktok.

Tabel 1. *Content Creator Review* Buku pada Tiktok

Nama Kanal Tiktok	Jumlah <i>Followers</i>	Jumlah <i>Likes</i>
Meisya Sallwa	771.400	26.900.000
Cut vivilia talita	267.000	5.700.000
Zuli ensa	253.000	9.800.000
Pinkybilika	103.800	3.800.000
Aditya falah	70.100	936.700

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Jumlah *followers* pada kanal Tiktok Meisya Sallwa tidak menentu. Hal ini dikarenakan algoritma FYP (*for your page*) pada aplikasi Tiktok. Menurut Susilowati (dalam Putri & Azeharie, 2021), pengguna yang videonya sering ditayangkan dalam FYP dapat menjadi populer di aplikasi Tiktok dan dapat menambah hingga memiliki banyak pengikut atau *followers*. Hal tersebutlah yang menjadikan *followers* Meisya Sallwa tidak menentu bergantung video yang dipublikasikan apakah video tersebut FYP atau tidak.

Meisya Sallwa cukup rutin dalam membagikan konten *review* buku pengembangan diri pada kanal Tiktoknya. Konten yang diunggah oleh Meisya Sallwa juga banyak disukai oleh pengikutnya terbukti pada salah satu video yang diunggah berisikan konten *review* buku 48 *Laws of Power* meraih jumlah tontonan yang didapat mencapai 513 ribu *views*, 65 ribu *likes* dan 10 ribu komentar. Selain itu, apresiasi penonton juga dapat diperjelas berdasarkan data *engagement* kanal Tiktok Meisya Sallwa.

Bentuk pengemasan konten *review* buku pengembangan diri oleh Meisya Sallwa bermacam-macam. Hal tersebut yang menjadikan keunikan Meisya Sallwa dalam menyajikan konten dibandingkan *content creator review* buku lainnya. Dalam menyajikan konsep konten *review* buku, Meisya Sallwa tidak hanya bercerita atau *storytelling* saja namun dengan menyajikan konten bentuk tulisan, menambahkan *sound* atau musik yang cocok dengan konten, video *a day in my live* sambil bercerita dari buku pengembangan diri dan lain-lain.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Vina Anggraeni Kusuma (2021) dengan judul "Pengaruh Terpaan Konten Instagram @Folkative Terhadap Minat Literasi Bagi *Followers*" merupakan salah satu penelitian terdahulu yang peneliti ambil untuk menjadi acuan referensi. Pada penelitian tersebut didapatkan hasil yakni, konten media sosial Instagram pada kanal @folkative berpengaruh positif sebesar 87,2% terhadap minat literasi bagi *followers*. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Rika Veronika dan

Sisca Aulia (2022) meneliti “Pengaruh Konten Media Sosial @Akutahu Terhadap Minat Baca Generasi Milenial”. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa konten pada media sosial @akutahu terbukti berpengaruh positif terhadap minat membaca generasi milenial sebesar 71,2%. Selanjutnya, pada jurnal yang berjudul “Faktor-Faktor Minat Baca Buku Pengembangan Diri” (Saifuddin et al., 2021) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat membaca buku pengembangan diri adalah faktor eksternal. Salah satu faktor eksternalnya adalah rekomendasi di media sosial. Berdasarkan rekomendasi yang dibagikan dalam bentuk konten *review* di beberapa media sosial menjadi pemicu dirinya untuk membaca buku-buku pengembangan diri (Saifuddin et al., 2021). Konten unggahan yang muncul di media sosial juga mengarahkan atau memicu informan untuk mencari buku pengembangan diri yang ada dalam konten tersebut (Saifuddin et al., 2021).

Berdasarkan rangkaian uraian diatas penulis akan meneliti keterkaitan antara konten *review* buku pada media sosial Tiktok terhadap minat membaca. Penelitian ini menggunakan variabel independent yakni konten serta variabel dependen yakni minat baca dalam konten *review* buku yang disajikan oleh Meisya Sallwa pada media sosial Tiktok. Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti akan mengetahui dan mendapatkan adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh konten *review* buku pada media sosial terhadap minat membaca pada *followers* Tiktok Meisya Sallwa.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten *Review* Buku terhadap Minat Membaca Pada *Followers* Tiktok Meisya Sallwa”. Hipotesis penelitian pada penelitian ini adalah H_0 = terdapat pengaruh antara konten *review* buku terhadap minat baca pada *followers* Tiktok Meisya Sallwa dan H_1 = tidak terdapat pengaruh antara konten *review* buku terhadap minat baca pada *followers* Tiktok Meisya Sallwa. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh konten *review* buku terhadap minat baca pada *followers* Tiktok Meisya Sallwa dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten *review* buku terhadap minat baca pada *followers* Tiktok Meisya Sallwa. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan taraf deskriptif. Penelitian ini menggunakan responden sebagai sumber informasi yang dibutuhkan untuk penelitian dengan menyebarkan kuisioner secara *online*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis korelasi, uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji-T).

Penelitian ini penting dilakukan mengingat Indonesia menempati peringkat 60 dari 61 negara dalam minat membaca (Devega, 2017). Disisi lain, pada tahun 2022 pengguna media sosial Tiktok di Indonesia semakin meningkat mencapai 191 juta pengguna (Mahdi, 2022). Tiktok sebelumnya dikenal sebagai media yang hanya untuk hiburan semata. Namun, terdapat pihak-pihak yang mengubah stigma tersebut dengan memberikan konten edukatif. Salah satunya adalah dengan memberikan konten edukasi berupa *review* buku. Untuk itu, peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai keterkaitan konten edukatif ini terhadap minat baca para pengguna Tiktok. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk minat baca di Indonesia yang rendah sebagai salah satu cara untuk meningkatkan minat baca melalui media baru khususnya media sosial Tiktok. Adapun kebaruan pada penelitian ini adalah Meisya Sallwa sebagai objek penelitian dan teori yang digunakan yakni teori jarum hipodermik dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan teori *new media*.

Metode

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan taraf deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan secara umum (Sugiyono, 2013:2). Variabel bebas pada penelitian ini yakni konten *review* buku pengembangan diri (Y) dan variabel terikat yakni minat membaca (Y). Skala pengukuran pada penelitian ini adalah skala *likert*, Teknik pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. (Sugiyono, 2019: 93) mendefinisikan skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, asumsi, persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu, variabel penelitian yang telah ditetapkan, yang dimana selanjutnya akan dijabarkan menjadi indikator penelitian. Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah followers kanal Tiktok Meisya Sallwa dengan jumlah 771.400 *followers*, per tanggal 24 April 2023.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *probability sampling*. Berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin menggunakan taraf kesalahan 5%, diperoleh hasil sampel sebanyak 400 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Peneliti membagikan kuisisioner secara daring kepada responden yang sesuai kriteria responden. Data sekunder pada penelitian ini adalah studi kepustakaan berupa buku, penelitian terdahulu, jurnal, dokumen, *browsing web* dan *situs* yang berkaitan dengan teori yang dikaji pada penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas uji reliabilitasm uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis (Uji T).

Pada penelitian ini, penulis melakukan uji validitas untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018:121). Pada penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada 30 responden untuk mengumpulkan data. Jika nilai $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka instrumen dikatakan valid. Nilai r_{tabel} untuk $n = 30$ dengan taraf signifikansi 5% adalah 0,361. Berikut merupakan hasil uji validitas *product pearson* variabel X dan Y pada penelitian ini.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel X

Item Pernyataan	<i>r hitung</i>	<i>r tabel</i>
1	0,553	0,361
2	0,383	0,361
3	0,732	0,361
4	0,558	0,361
5	0,458	0,361
6	0,526	0,361
7	0,540	0,361
8	0,595	0,361

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item Pernyataan	<i>r hitung</i>	<i>r tabel</i>
1	0,774	0,361
2	0,447	0,361
3	0,624	0,361
4	0,827	0,361
5	0,537	0,361
6	0,724	0,361
7	0,815	0,361
8	0,708	0,361
9	0,549	0,361
10	0,732	0,361

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Selanjutnya, penulis melakukan uji reliabilitas pada 30 sampel dengan menggunakan metode *croanbach alpha*. Instrumen bisa dikatakan *reliable* apabila dalam beberapa kali pengujian atau pengukuran terhadap suatu kelompok subjek yang sama didapatkan hasil yang sama (Sugiyono, 2019). Reliabilitas artinya seberapa andal, stabil, konsisten suatu hasil pengukuran. Penelitian ini menggunakan uji realibilitas *Cronbach's Alpha* adalah jika nilai Alpha > 0,60 maka *realibel*.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konten (X)

Cronbach Alpha	N of Items
802	8

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas mendapatkan angka 802. Artinya variabel konten (X) pada penelitian ini dikatakan reliabel karena angkat tersebut yakni 0,802 lebih dari 0,6.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel Minat Membaca (Y)

Cronbach Alpha	N of Items
865	10

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas mendapatkan angka 865. Artinya variabel konten (X) pada penelitian ini dikatakan reliabel karena angkanya tersebut yakni 0,865 lebih dari 0,6.

Hasil dan Pembahasan

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data sekunder pada penelitian ini berupa studi kepustakaan dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu. Sedangkan, data primer pada penelitian ini adalah kuesioner. Penulis membagikan kuesioner secara daring kepada 400 responden yang sesuai dengan kriteria responden. Kriteria responden pada penelitian ini adalah berusia di atas 16 tahun, pengguna media sosial tiktok, dan mengikuti kanal tiktok @sallyangkamu. Hasil yang diperoleh berjumlah 405 responden namun, berjumlah 400 responden yang penulis ambil dan diolah datanya menggunakan SPSS 25. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana dan, uji hipotesis (uji T).

Sugiyono (2019), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati normal data. Adapun uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah uji *kolmogorov smirnov* monte carlo menggunakan SPSS versi 25. Berdasarkan uji *kolmogorov smirnov* monte carlo suatu data dapat dikatakan normal apabila nilai residual monte carlo lebih dari 0,05. Berdasarkan hasil olah data, dapat dilihat pada gambar 2 bahwa hasil residual uji *kolmogorov* monte carlo $0,093 > 0,005$. Dapat disimpulkan bahwa, data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal.

Gambar 2 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov-Monte Carlo

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		400	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.84678441	
Most Extreme Differences	Absolute	.061	
	Positive	.054	
	Negative	-.061	
Test Statistic		.061	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.093 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.086
		Upper Bound	.101

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Analisis korelasi digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antar variabel X dan Y. Uji koefisien korelasi variabel X dan Y pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 dengan teknik *pearson product moment*. Berdasarkan gambar 3 dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,661. Berdasarkan hasil tersebut, koefisien

korelasi data penelitian dikategorikan pada skala interval 0,60 – 0,799 termasuk kategori tingkat hubungan korelasi kuat.

Gambar 3 Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations

		x	y
X	Pearson Correlation	1	.661**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Y	Pearson Correlation	.661**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

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

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dapat dilihat pada gambar 4, berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi menggunakan SPSS 25 sebesar 43,7%. Hal ini menunjukkan bahwa konten *review* buku *self development* pada kanal Tiktok Meisya Sallwa memberikan pengaruh sebesar 43,7% terhadap minat membaca.

Gambar 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 ^a	.437	.436	2.55840

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Rumus uji regresi linear sederhana adalah $Y' = a + bX$.

Keterangan:

Y = Subjek/ nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi

X = Variabel independent

Gambar 5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14.795	1.646	8.991	.000	
	X	.837	.048	.661	17.590	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan gambar 5 diperoleh hasil dengan nilai $Y=14,795+0,837X$. Kemudian, diperoleh nilai konstanta sebesar 14,795 dan nilai koefisien regresi variabel konten sebesar 0,837. Dapat dikatakan bahwa, ketika nilai bertambah 1% maka akan mengalami kenaikan sebesar 0,837.

Uji hipotesis digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Jika nilai signifikansi $<0,005$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Kemudian, jika nilai signifikansi $>0,005$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

Gambar 6 Hasil Uji Hipotesis (UJI-T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14.795	1.646	8.991	.000	
	X	.837	.048	.661	17.590	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Dapat dilihat pada gambar 6 diperoleh hasil $t_{hitung} 17.590$. Adapun t_{tabel} pada penelitian ini adalah 1,965, maka dapat disimpulkan bahwa hasil $t_{hitung} 17.590 > t_{tabel} 1,965$. Selain itu, diperoleh angka signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel konten *review* buku pengembangan diri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat membaca pada *followers* Tiktok Meisya Sallwa.

Pada penelitian ini, diperoleh hasil bahwa terpaan konten *review* buku pengembangan diri oleh Meisya Sallwa dapat menimbulkan aspek-aspek yang dapat meningkatkan minat membaca buku yakni kesadaran, perhatian, rasa senang, frekuensi (Harris & Sippay dalam Nursalina & Budiningsih, 2014). Berdasarkan jawaban responden, diketahui bahwa mayoritas responden termasuk dalam ciri-ciri seseorang yang minat membacanya meningkat yakni (Susanto, 2013): 1) Senang dan berkeinginan membaca setiap hari; 2) Semangat membaca; 3) Memanfaatkan waktu kosong untuk membaca; 4) Mencari buku atau bahan untuk dibaca; 5) Memiliki kesadaran pentingnya membaca.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rika Veronika dan Sisca Aulia (2022) yang meneliti tentang seberapa besar pengaruh konten @akutahu pada media sosial Instagram terhadap minat baca generasi milenial. Penelitian tersebut didapatkan hasil pengaruh positif sebesar 71,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Kemudian, pada penelitian yang dilakukan oleh Saiffudin (2021) yang menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat baca buku adalah faktor eksternal yakni rekomendasi dari media sosial. Rekomendasi dari media sosial dalam bentuk konten menjadi pemicu untuk membaca buku. Konten yang diunggah di media sosial dianggap menjadi pemicu sehingga mengarahkan seseorang untuk mencari buku yang direkomendasikan di media sosial (Saifuddin et al., 2021).

Selanjutnya, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten *review* buku terhadap minat baca pada followers Tiktok Meisya Sallwa melakukan uji koefisien determinasi dan uji regresi linear sederhana. Diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 43,7% dan nilai konstanta sebesar 14,795 dan nilai koefisien regresi variabel konten sebesar 0,837. Hasil olah data tersebut menunjukkan bahwa variabel konten *review* buku berpengaruh sebesar 43,7% terhadap minat baca dan didapatkan hasil bahwa ketika nilai bertambah 1% maka akan mengalami kenaikan sebesar 0,837.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,661. Berdasarkan hasil tersebut dikategorikan pada skala interval 0,60-0,799 yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara konten *review* buku pengembangan diri (X) terhadap minat membaca (Y). Berdasarkan hasil koefisien determinasi menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan konten *review* buku terhadap minat membaca pada *followers* Tiktok Meisya Sallwa sebesar 43,7%. Sedangkan, sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan variabel konten *review* buku pengembangan diri pada media sosial Tiktok sebagai variabel X , untuk kajian lebih lanjut mengenai ini akan lebih baik jika menguji konten *review* buku pada media sosial Instagram sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih variatif dan dapat memberikan manfaat yang lebih di bidang akademik. Penelitian selanjutnya juga dapat meneliti konten *review* buku jenis buku lainnya seperti, *self improvement* dimana pada penelitian ini membahas konten *review* buku *self development* atau pengembangan diri.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh hasil $Y=14,795+0,837X$. Artinya, nilai konstanta X sebesar 14,795 dan nilai koefisien regresi X sebesar 0,837. Dapat diketahui bahwa, ketika nilai bertambah 1% maka, akan mengalami kenaikan sebesar 0,837. Kemudian, berdasarkan hasil uji hipotesis (uji T), diperoleh jawaban bahwa terdapat pengaruh terpaan konten *review* buku pengembangan diri terhadap minat membaca pada *followers* Tiktok Meisya Sallwa. Diperoleh hasil $t_{hitung} 17,590 > t_{tabel} 1,965$ dengan angka signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa, variabel terpaan konten *review* buku pengembangan diri berpengaruh secara signifikan terhadap minat membaca pada *followers* Tiktok Meisya Sallwa.

Referensi

- Devega, E. (2017). *TEKNOLOGI Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos*. Kominfo.Go.Id. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media#:~:text=TEKNOLOGI Masyarakat Indonesia%3A Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos&text=Fakta pertama%2C UNESCO menyebutkan Indonesia](https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media#:~:text=TEKNOLOGI%20Masyarakat%20Indonesia%3A%20Malas%20Baca%20Tapi%20Cerewet%20di%20Medsos&text=Fakta%20pertama%20UNESCO%20menyebutkan%20Indonesia),
- Gewati, M. (2016). *Minat Baca Indonesia Ada di Urutan ke-60 Dunia*. Edukasi.Kompas.Com. <https://edukasi.kompas.com/read/2016/08/29/07175131/minat.baca.indonesia.ada.di.urutan.ke-60.dunia?page=all>
- Jumady, E., Djaharuddin, D., Ampauleng, Dahrul, A., & Torano, K. M. (2022). PROBLEMATIKA RENDAHNYA MINAT BACA DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN PROVINSI SULAWESI TENGGARA. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, IX(1), 600–610.
- Kusuma, V. A. (2021). *Pengaruh Terpaan Konten Instagram @folkative terhadap Minat literasi Followers*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Nistanto, K. R. (2022). *TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga pada 2022 TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga pada 2022*. Tekno.Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022?page=all>
- Nursalina, A. I., & Budiningsih, T. E. (2014). Hubungan Motivasi Berprestasi Dengan Minat Membaca Pada Anak. *Educational Psychology Journal*, 3(1), 1–7.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>
- Saifuddin, A., Islam, U., Raden, N., Said, M., Kegiatan, U., & Dinamika, M. (2021). Faktor-Faktor Minat Baca Buku Pengembangan Diri. *Faktor-Faktor Minat Baca Buku Pengembangan Diri*. Sekretariat. (2022). *Peraih Ikapi Awards dari Tahun ke Tahun*. Ikapi.Org.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438–443. karyailmiah.unisba.ac.id
- Susanto, H. (2013). *Whole Brain Teaching Untuk Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar Siswa*. Universitas Negeri Semarang.
- Valiant, V. (2020). Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif kualitatif mengenai pengelolaan konten tiktok pada akun @ iben _ ma). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, September, 1–21. [http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi.pdf](http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan%20Konten%20Tiktok%20sebagai%20Media%20Informasi.pdf)
- Veronika, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu terhadap Minat Baca Generasi Milenial. *Koneksi*, 6(2), 295–304. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15677>