

**ANALISIS MEDIA SOSIAL X TERHADAP *READING*
ENGAGEMENT (STUDI PADA AKUN @BASEBUKU)**

SKRIPSI



Oleh:

ALIFIA SALSABILA TIFANI PUTRI

NIM. 220607110059

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2026**

HALAMAN JUDUL
ANALISIS MEDIA SOSIAL X TERHADAP READING ENGAGEMENT
(STUDI PADA AKUN @BASEBUKU)

SKRIPSI

Disusun Oleh:
ALIFIA SALSABILA TIFANI PUTRI
NIM.220607110059

Diajukan Kepada:
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I)

PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS MEDIA SOSIAL X TERHADAP READING ENGAGEMENT (STUDI PADA AKUN @BASEBUKU)

SKRIPSI

Oleh:

ALIFIA SALSABILA TIFANI PUTRI
NIM. 220607110059

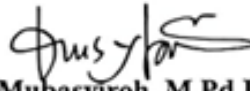
Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diuji:
Tanggal: 18 Juni 2026

Pembimbing I,



Annisa Fajrivah, M.A
NIP. 198801122020122002

Pembimbing II,



Mubasviroh, M.Pd.I
NIP. 197905022023212024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang




Nita Siti Mudawamah, M.IP
NIP. 199002232018012001

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS MEDIA SOSIAL X TERHADAP READING ENGAGEMENT (STUDI PADA AKUN @BASEBUKU)

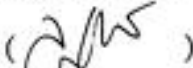
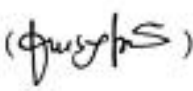
SKRIPSI

Oleh:

ALIFIA SALSABILA TIFANI PUTRI

NIM.220607110059

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I) pada tanggal 18 Juni 2026

Susunan Dewan Penguji		Tanda Tangan
Ketua Penguji	: <u>Anindya Gita Puspita, M.A.</u> NIP. 198910292020122003	()
Anggota Penguji I	: <u>Dr. Ir. M. Amin Harivadi, M.T.</u> NIP. 196700182005011001	()
Anggota Penguji II	: <u>Annisa Fajriyah, M.A</u> NIP. 198801122020122002	()
Anggota Penguji III	: <u>Mubasyiroh, M.Pd.I</u> NIP. 197905022023212024	()

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang


Nita Siti Mudawamah, M.IP
NIP. 199002232018012001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alifia Salsabila Tifani Putri

NIM : 220607110059

Prodi : Perpustakaan dan Sains Informasi

Fakultas : Sains dan Teknologi

Judul Skripsi : Analisis Media Sosial X Terhadap Reading Engagement (Studi pada Akun @basebuku)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan data tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan saya sendiri, kecuali dengan mencantumkan sumber terkait pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 18 Juni 2026



Alifia Salsabila Tifani Putri

NIM. 220607110059

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Media Sosial X terhadap *Reading Engagement* (Studi pada Akun @basebuku)” ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan beribu terima kasih kepada:

1. Papa dan Mama tercinta, terima kasih untuk segala hal yang tidak akan pernah cukup jika dituliskan hanya dalam beberapa paragraf. Terima kasih atas doa-doa yang selalu dipanjatkan tanpa diminta, atas setiap pengorbanan sering kali tidak terlihat, serta atas cinta yang tidak pernah berkurang dalam keadaan apa pun. Terima kasih karena selalu menjadi tempat pulang, tempat mengeluh, dan sumber kekuatan terbesar dalam setiap langkah penulis hingga pada di titik ini.
2. Penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ibu Annisa Fajriyah, M.A. dan Ibu Mubasyiroh M.Pd.I., selaku dosen pembimbing. Keduanya telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di tengah kesibukan masing-masing untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan yang sangat berarti bagi penulis. Tanpa kesabaran dan ketelitian beliau dalam membimbing, skripsi ini tentu tidak akan terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Anindya Gita Puspita, M.A. dan Bapak Dr. Ir. M. Amin Hariyadi, M.T., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik. Terima kasih atas waktu dan perhatian yang diberikan kepada karya ini.
4. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Nita Siti Mudawamah, M.IP., selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi.

5. Seluruh dosen program studi Perpustakaan dan Sains Informasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas ilmu, pengalaman, serta berbagai pelajaran yang diberikan selama masa perkuliahan. Banyak hal berharga yang penulis pelajari dan akan menjadi bekal dalam melangkah ke tahap kehidupan berikutnya.
6. Adik-adiku tersayang, Deshinta dan Faris, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam bentuk paling sederhana. Terima kasih untuk tawa, cerita, dan kehadiran kalian yang selalu membuat penulis merasa tidak sendirian.
7. Sahabat seperjuangan “Info Happup” (Vina, Laili, dan Karima). Terima kasih yang tulus penulis sampaikan karena telah menjadi bagian dari cerita yang begitu berarti selama masa perkuliahan. Terima kasih untuk setiap diskusi, canda, keluh kesah, bantuan, dan kebersamaan yang telah kita lalui. Semoga kenangan baik ini terjaga meskipun nanti kita melangkah ke jalan masing-masing.
8. Untuk Teman sekaligus sahabat penulis, Dhiya’, Salima, Mawar, Nimas, dan semuanya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terima kasih karena selalu hadir disaat suka maupun duka. Terima kasih untuk setiap dukungan, doa, perhatian, dan kepercayaan yang diberikan.
9. Dan terakhir, untuk seseorang yang “baik”, yang dengan caranya sendiri telah memberikan perhatian, dukungan, dan semangat. Terima kasih karena telah hadir dan menjadi bagian perjalanan ini. Semoga hal baik senantiasa menyertai kita.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Meskipun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi para pembaca.

Wassalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Malang, 18 Juni 2026

Alifia Salsabila Tifani Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
مستخلص البحث.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Hipotesis	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Batasan Masalah.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Media Sosial X	13
2.2.2 Reading Engagement	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	20
3.3 Sumber Data	21
3.4 Populasi dan Sampel	21
3.5.1 Populasi.....	21
3.5.2 Sampel	21

3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	22
3.5 Instrumen Penelitian	22
3.6 Teknik Pengumpulan Data	26
3.7 Analisis Data	26
3.8.1 Uji Normalitas dan Linearitas	26
3.8.2 Analisis Korelasi	27
3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Hasil Penelitian	29
4.1.1 Profil Akun @basebuku	29
4.1.2 Demografi Responden	30
4.1.3 Hasil Uji Validitas	32
4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas	35
4.1.5 Hasil Uji Normalitas	35
4.1.6 Hasil Uji Linearitas	37
4.1.7 Deskripsi Data Penelitian	38
4.1.8 Hasil Uji Korelasi	70
4.1.9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	71
4.2 Pembahasan	72
4.2.1 Analisis Variabel Media Sosial X	72
4.2.2 Analisis Variabel <i>Reading Engagement</i>	76
4.2.3 Pengaruh Akun @basebuku pada Media Sosial X terhadap <i>Reading Engagement</i> Pengikutnya.	78
4.2.4 Keterkaitan Hasil Penelitian dalam Prespektif Islam	82
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	23
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian.....	23
Tabel 3. 3 Skala Korelasi	28
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X	32
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y	33
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	35
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	35
Tabel 4. 5 Tabel nilai T.....	35
Tabel 4. 6 Tabel nilai F.....	36
Tabel 4. 7 Hasil Uji Linearitas	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji Korelasi.....	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Tabel <i>Coefficient</i>	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Tabel Model Summary	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei Awal.....	5
Gambar 1.2 Contoh Postingan Pengikut Akun @basebuku.....	5
Gambar 3. 1 Diagram Penelitian.....	17
Gambar 4. 1 Profil Akun @basebuku	30
Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Status.....	31
Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	31
Gambar 4. 5 Histogram Regresion Standardized Residual.....	36
Gambar 4. 6 <i>P-Plot of Regresion Standardied Residual</i>	37
Gambar 4. 7 Distribusi Jawaban Responden tentang Respon Pengguna terhadap Konten di Beranda	38
Gambar 4. 8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Ketertarikan Menggunakan Fitur <i>Like/Bookmark</i> pada Postingan @basebuku.....	39
Gambar 4. 9 Distibusi Jawaban Responden tentang Tingkat Dorongan Memberikan Umpan Balik melalui Fitur Interaksi	40
Gambar 4. 10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kenyamanan Berbagi Pendapat secara Anonim melalui Akun <i>Menfess</i> @basebuku	41
Gambar 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Kemudahan Mengakses Postingan Akun @basebuku	42
Gambar 4. 12 Distribusi Jawaban Responden tentang Efektivitas Fitur Pencarian dalam Mengakses Informasi pada Akun @basebuku.....	43
Gambar 4. 13 Distribusi Jawaban Responden tentang Kemudahan Berbagi Postingan Akun @basebuku	44
Gambar 4. 14 Distribusi Jawaban Responden tentang Penerimaan Informasi terkait Bacaan pada Akun @basebuku	45
Gambar 4. 15 Distribusi Jawaban Responden tentang Interaksi Aktif Pengikut Akun @basebuku	46
Gambar 4. 16 Distribusi Jawaban Responden tentang Kemudahan Mencari Informasi Bacaan Maupun Aktivitas Membaca melalui Akun @basebuku	46
Gambar 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Interaksi Dua Arah pada Akun @basebuku.....	47
Gambar 4. 18 Distribusi Jawaban Responden tentang Kesamaan Minat Pengikut	48
Gambar 4. 19 Distribusi Jawaban Responden dalam Menemukan Komunitas Pembaca Melalui Akun @basebuku.....	49
Gambar 4. 20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dukungan Pengikut Lain dalam Aktivitas Membaca	50

Gambar 4. 21 Distribusi Jawaban Responden tentang Keterhubungan dengan Pengguna Lain Melalui Akun @basebuku	51
Gambar 4. 22 Distribusi Jawaban Responden tentang Keberagaman Prespektif Pengguna dalam Aktivitas Membaca	51
Gambar 4. 23 Distribusi Jawaban Responden tentang Rasa Kebersamaan Pembaca pada Akun @basebuku	52
Gambar 4. 24 Distribusi Jawaban Responden tentang Akses Informasi Buku Sesuai Minat melalui Akun @basebuku	53
Gambar 4. 25 Distribusi Jawaban Responden tentang Konsistensi Durasi Membaca	54
Gambar 4. 26 Distribusi Jawaban Responden tentang Prioritas Waktu Membaca	55
Gambar 4. 27 Distribusi Jawaban Responden tentang Membaca sebagai Rutinitas	56
Gambar 4. 28 Distribusi Jawaban Responden tentang Keanekaragaman Jenis Bacaan	57
Gambar 4. 29 Distribusi Jawaban Responden tentang Komitmen dalam Menyelesaikan Bacaan	57
Gambar 4. 30 Distribusi Jawaban Responden tentang Dampak Aktivitas Membaca terhadap Perasaan Relaks atau Nyaman	58
Gambar 4. 31 Distribusi Jawaban Responden tentang Keterlibatan Emosional dengan Karakter, Cerita, atau Topik Bacaan	59
Gambar 4. 32 Distribusi Jawaban Responden tentang Kepedulian pada Ide, Tokoh, dan Gagasan dalam Bacaan	59
Gambar 4. 33 Distribusi Jawaban Responden tentang Perasaan Terhanyut dalam Isi Bacaan	60
Gambar 4. 34 Distribusi Jawaban Responden tentang Eksplorasi Minat melalui Membaca	61
Gambar 4. 35 Distribusi Jawaban Responden tentang Strategi Memahami Bacaan Sulit melalui Pengulangan Membaca	62
Gambar 4. 36 Distribusi Jawaban Responden dalam Mengaitkan Bacaan dengan Pengetahuan atau Pengalaman Sebelumnya.....	62
Gambar 4. 37 Distribusi Jawaban Responden tentang Upaya Melanjutkan Membaca hingga Memahami Isi Bacaan	63
Gambar 4. 38 Distribusi Jawaban Responden tentang Upaya Memahami Bacaan Walaupun Kata-kata dalam Bacaan Sulit	64
Gambar 4. 39 Distribusi Jawaban Responden terhadap Kebiasaan Berdiskusi tentang Bacaan dengan Orang Lain.....	65
Gambar 4. 40 Distribusi Jawaban Responden tentang Kenyamanan dalam Berdiskusi	66
Gambar 4. 41 Distribusi Jawaban Responden tentang Kebiasaan Merekomendasikan Bacaan kepada Orang Lain	67
Gambar 4. 42 Distribusi Jawaban Responden tentang Penerimaan Rekomendasi Bacaan dari Orang Lain.....	68

Gambar 4. 43 Distribusi Jawaban Responden tentang Kepercayaan Diri dalam Membahas Bacaan dengan Orang Lain	68
Gambar 4. 44 Distribusi Jawaban Responden tentang Inisiatif Memulai Percakapan tentang Bacaan.....	69
Gambar 4. 45 Postingan <i>menfess</i> ajakan berbagi pengalaman membaca	74
Gambar 4. 46 Postingan <i>menfess</i> diskusi metode membaca buku bahasa Inggris	74
Gambar 4. 47 Postingan <i>menfess</i> ajakan berbagi komunitas membaca	75
Gambar 4. 48 Ajakan untuk mengikuti <i>reading challenge</i>	80
Gambar 4. 49 Ajakan untuk mencari <i>buddy read</i>	80
Gambar 4. 50 Postingan Pengikut Akun @basebuku tentang <i>Reading Slump</i>	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas.....	98
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas	99
Lampiran 4. Hasil Uji Linieritas	100
Lampiran 5. Hasil Uji Korelasi	100
Lampiran 6. Hasil Uji Regresi Sederhana.....	101
Lampiran 7. R Tabel.....	102
Lampiran 8. Hasil Cek Plagiasi.....	103

ABSTRAK

Putri, Alifia Salsabila Tifani. 2026. **Analisis Media Sosial X terhadap *Reading Engagement* (Studi pada Akun @basebuku). Skripsi, Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Pembimbing: (1) Annisa Fajriyah, M.A. (2) Mubasyiroh, M.Pd.I.**

Kata kunci: Media Sosial X, Akun @basebuku, *Reading Engagement*, Komunitas Membaca Digital.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh munculnya akun *autobase* @basebuku di media sosial X sebagai ruang literasi digital berbasis komunitas yang memfasilitasi pengiriman pesan anonim (*menfess*) seputar dunia buku dengan tujuan menyediakan wadah bagi para pembaca untuk berbagi pengalaman, rekomendasi buku, serta berdiskusi secara terbuka dan anonim. Meskipun demikian masih banyak pengguna yang mengalami penurunan *reading engagement* yang ditunjukkan dengan adanya fenomena *reading slump*, sehingga perlu dikaji sejauh mana akun @basebuku dapat memengaruhi *reading engagement* pengikutnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu pengikut akun @basebuku yang pernah berinteraksi secara aktif maupun pasif dengan konten akun tersebut. Analisis data menggunakan uji korelasi dan uji regresi linear sederhana dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @basebuku pada media sosial X berpengaruh positif dan signifikan terhadap *reading engagement* pengikutnya, dengan besaran pengaruh yang diperoleh adalah sebesar 52,4% yang tergolong pada kategori sedang. Pengaruh tersebut terwujud melalui partisipasi pengikut seperti mengirim *menfess* dan mengikuti aktivitas membaca seperti *reading challenge* dan *buddy read*. Temuan ini menunjukkan bahwa partisipasi dan dukungan komunitas berkontribusi pada peningkatan *reading engagement* pada keempat aspeknya yaitu perilaku, afektif, kognitif, dan sosial.

ABSTRACT

Putri, Alifia Salsabila Tifani. 2026. **Analysis of Social Media X on Reading Engagement (A Study on the @basebuku Account)**. Thesis, Department of Library and Information Science, Faculty of Sciene and Technology, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Advisors: (1) Annisa Fajriyah, M.A. (2) Mubasyiroh, M.Pd.I.

Keywords: Social Media X, @basebuku Account. Reading Engagement, Digital Reading Community

This research is motivated by the emergence of the autobase @basebuku account on social media X as a community-based digital literacy space that facilitates the sending of anonymous messages (*menfess*) around the world of books with the aim of providing a forum for readers to share experiences, book recommendations, and discuss openly and anonymously. However, there are still many users who experience a decrease in reading engagement as shown by the reading slump phenomenon, so it is necessary to examine the extent to which @basebuku account can affect the reading engagement of its followers. This study uses a quantitative method with a sampling technique using purposive sampling, namely followers of @basebuku accounts who have actively or passively interacted with the content of the account. Data analysis used a simple correlation test and linear regression test with the help of SPSS software. The results showed that @basebuku account on social media X had a positive and significant effect on the reading engagement of its followers, with the amount of influence obtained being 52.4% which was classified as a medium category. This influence is manifested through follower participation such as sending *menfess* and participating in reading activities such as reading challenges and buddy reads. These findings show that community participation and support contribute to increased reading engagement in all four aspects, namely behavioral, affective, cognitive, and social.

مستخلص البحث

فوترى، أليفيا سلسبيلا تيفاني. ٢٠٢٦. وسائل التواصل الاجتماعي X تحليل تفاعل القراءة (دراسة حول حسابات @basebuku). البحث العلمي، قسم دراسات علم المكتبات والمعلومات، كلية العلوم والتكنولوجيا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية، مالانج. المشرفان: (١) أنيسة فجرية، الماجستير. (٢) ميثرة، الماجستير. الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي X، حساب @basebuku، تفاعل القراءة، مجتمع القراءة الرقمي.

هذا البحث مدفوع بظهور حساب القاعدة الناتية @basebuku على وسائل التواصل الاجتماعي X كمساحة محو الأمية الرقمية المجتمعية تسهل إرسال رسائل مجهولة الهوية (menfess) حول عالم الكتب بهدف توفير منتدى للقراء لمشاركة تجاربهم، وتوصيات الكتب، والنقاش بشكل منفتح ومجهول. ومع ذلك، لا يزال هناك العديد من المستخدمين الذين يواجهون انخفاضاً في تفاعل القراءة كما يظهر من ظاهرة تراجع القراءة، لذا من الضروري دراسة مدى تأثير @basebuku الحساب على تفاعل متابعيه في القراءة. تستخدم هذه الدراسة طريقة كمية مع تقنية أخذ عينات تستخدم العينة الحادفة، أي متابعي حسابات @basebuku الذين تفاعلوا بنشاط أو بشكل سلبي مع محتوى الحساب. استخدم تحليل البيانات اختبار ارتباط بسيط واختبار انحدار خطي بمساعدة برنامج SPSS. أظهرت النتائج أن @basebuku حساب على وسائل التواصل الاجتماعي X كان له تأثير إيجابي وذو دلالة على تفاعل متابعيه في القراءة، حيث بلغت نسبة التأثير التي تم الحصول عليها ٥٢,٤٪ والتي تم تصنيفها كفئة متوسطة. يظهر هذا التأثير من خلال مشاركة المتابعين مثل إرسال الرسائل النصفية والمشاركة في أنشطة القراءة مثل تحديثات القراءة وقراءة الأصدقاء. تظهر هذه النتائج أن مشاركة المجتمع والدعم يساهم في زيادة تفاعل القراءة في جميع الجوانب الأربعة، وهي السلوكي، والعاطفي، والمعرفي، والاجتماعي.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang kian pesat telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan termasuk interaksi sosial. Salah satu contoh platform utama yang digunakan oleh masyarakat untuk berbagai keperluan adalah media sosial (Irmayani *et al.*, 2023). Penggunaan media sosial dapat mempermudah individu untuk berbagi pengalaman, berdiskusi, serta memungkinkan adanya kolaborasi dengan membentuk suatu komunitas secara virtual tanpa ada batasan ruang dan waktu (Ghifary *et al.*, 2021). Salah satu media sosial yang kini masif digunakan oleh masyarakat adalah X (sebelumnya dikenal sebagai *Twitter*) dan digunakan untuk berbagai kepentingan, mulai dari komunikasi, hiburan, hingga edukasi.

Untuk memfasilitasi perbedaan minat pengguna, komunitas di X mengembangkan konsep *autobase* yaitu gabungan dari kata *automatic* dan *fanbase*. Akun *autobase* berfungsi sebagai wadah pengiriman *menfess* (*mention and confess*) yang berkenaan dengan suatu topik secara anonim (Diva *et al.*, 2025). Konsep anonimitas ini memberikan pengguna kebebasan berbagi pengalaman, bertanya, dan berdiskusi tanpa takut identitasnya diketahui, sehingga tercipta ruang diskusi yang aman dan interaktif. Selain itu, fungsi *autobase* juga dapat digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi dan dapat membantu pengguna untuk menyuarakan apa yang ingin disampaikan yang dalam hal ini membutuhkan orang banyak untuk mendapatkan jawaban atau saran atas apa yang ingin disampaikan karena tidak semua orang memiliki banyak pengikut (Riauan & Salsabila, 2022).

Islam memandang media sosial sebagai sarana untuk memperluas jangkauan interaksi sosial manusia, selaras dengan QS. Al-Hujurat ayat 13

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاهُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya “Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu dan di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti.” (QS Al-Hujurat ayat 13). Dalam surat Al-Hujurat ayat 13 dijelaskan bahwa pentingnya saling mengenal dan terbuka untuk saling memberi manfaat. Menurut Shihab (2002) makna *lita'arafu* tidak terbatas pada identitas fisik, melainkan mencakup pertukaran pengalaman dan pengetahuan demi kemaslahatan bersama. Dalam konteks penelitian ini, media sosial diposisikan sebagai wasilah atau alat yang memungkinkan terjadinya proses *lita'arafu* secara digital. Oleh karena itu, media sosial X bukan sekedar sebagai sarana hiburan semata tetapi juga dapat digunakan sebagai ruang publik tempat berbagai komunitas terbentuk, termasuk komunitas literasi yang menjadikan membaca sebagai aktivitas utamanya.

Membaca merupakan salah fondasi penting dalam proses pengembangan individu. Melalui membaca seseorang dapat memperluas wawasan dan mengubah perspektif yang dapat mengembangkan pola pikir (Mardiah, 2023). Allah SWT menganjurkan agar manusia untuk senantiasa membaca sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Alaq ayat 1 – 5:

إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿٢﴾ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿٣﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾

Artinya: “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan! (1) Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah (2) Bacalah! dan Tuhanmulah yang Mahamulia (3) Yang mengajar (manusia) dengan pena (4) Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya (5).” (QS. Al-Alaq ayat 1–5).

Wahyu pertama ini, menegaskan bahwa membaca adalah perintah utama Allah kepada manusia. Pengulangan kata “*iqra*” sebanyak dua kali menunjukkan bahwa membaca bukan sekedar kemampuan, melainkan kebiasaan yang terus menerus dibangun. Merujuk pada Tafsir Kemenag RI (2011) Allah memerintahkan kembali Nabi Muhammad untuk membaca (pada ayat ketiga), karena pada sebuah bacaan

tidak dapat melekat pada diri seseorang kecuali jika orang tersebut membiasakan diri untuk membaca. Dengan demikian, membaca menjadi fondasi dalam menuntut ilmu dan mendorong umat islam untuk terus memperkaya diri dengan pengetahuan yang bermanfaat.

Untuk memahami sebuah bacaan secara mendalam, diperlukan *reading engagement* yang menggambarkan sejauh mana seseorang terlibat secara aktif dan mampu menghadirkan perasaan positif dalam aktivitas membaca (Sandy & Fidian, 2022). *Reading Engagement* merujuk pada tingkat minat, motivasi, dan konsistensi saat membaca yang mencakup aspek kognitif, afektif, perilaku, dan sosial. Seseorang yang *engaged* (*engaged reader*) akan berusaha untuk mengerti tujuan membaca, menikmati proses membaca, dan percaya terhadap kemampuan yang mereka miliki ketika dihadapkan dengan suatu bacaan (Barber & Klauda, 2020).

Saat ini, aktivitas membaca tidak lagi bersifat individual tetapi telah berubah menjadi aktivitas sosial yang melibatkan interaksi aktif, seperti berbagi ulasan, menulis opini, dan berdiskusi di media sosial (Pianzola *et al.*, 2022). Kegiatan dalam komunitas seperti diskusi, berbagi rekomendasi buku, dan interaksi lainnya dapat meningkatkan motivasi membaca melalui pengalaman bersama yang berpotensi untuk meningkatkan *reading engagement* dibandingkan aktivitas individual semata. Selain itu, media sosial juga memungkinkan pengguna mudah menemukan bacaan yang sesuai dengan minatnya melalui algoritma dan sistem rekomendasi konten. Dinamika komunitas seperti ini berpotensi untuk meningkatkan *reading engagement* dibandingkan aktivitas membaca secara mandiri (Pianzola *et al.*, 2022).

Salah satu contoh akun dengan konsep *autobase* dan berfokus pada literasi adalah @basebuku. Akun @basebuku dibuat sejak tahun 2021 untuk berbagi pengalaman, informasi, diskusi seputar buku fiksi maupun nonfiksi, dengan lebih dari seratus ribu pengikut (per bulan Oktober 2025). Akun seperti @basebuku dinilai efektif karena mampu menghubungkan pembaca dari berbagai latar belakang dan menciptakan ruang interaksi yang menjangkau khalayak lebih luas dan bersifat fleksibel (Putri *et al.*, 2023). Selain akun @basebuku, terdapat akun @literarybase yang juga memiliki kesamaan topik pembahasan yang sama dan

memiliki jumlah pengikut lebih banyak, tetapi pengikut akun @literarybase sudah tidak aktif memposting dan postingan terakhir diposting pada bulan Agustus 2024. Hal ini menjadi pertimbangan pemilihan akun @basebuku sebagai objek penelitian.

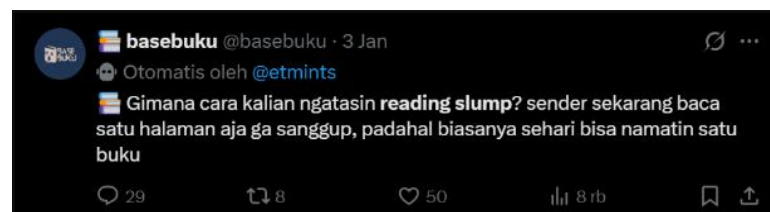
Munculnya akun berbasis literasi seperti @basebuku merupakan bukti bahwa akun-akun tersebut dapat membantu menumbuhkan budaya membaca di era digital sekarang ini, yang pada prinsipnya sejalan dengan temuan Rahmawati (2020) bahwa kegiatan literasi berbasis komunitas berdampak positif pada minat baca dan partisipasi masyarakat. Meskipun demikian, kondisi baca seseorang bersifat dinamis dan tidak selalu stabil bahkan dalam suatu komunitas baca sekalipun. Motivasi dan *reading engagement* dapat berfluktuasi secara harian yang dipengaruhi oleh lingkungan, interaksi sosial, dan strategi membaca (Neugebauer & Gilmour, 2020). Perubahan kondisi baca tersebut dikenal dengan istilah *reading slump* sebuah fenomena yang tidak asing lagi bagi komunitas baca. *Reading slump* digambarkan sebagai suatu keadaan di mana pembaca merasa kehilangan minat dan motivasi membaca, kesulitan untuk mempertahankan konsistensi membaca, merasa bosan, dan bahkan kehilangan daya tarik terhadap aktivitas membaca yang sebelumnya dipandang menjadi kegiatan yang menyenangkan. Bagi seseorang yang gemar membaca buku, fenomena *reading slump* menjadi gangguan yang signifikan. Bagaimana tidak, aktivitas membaca yang seharusnya menyenangkan justru berubah menjadi sumber tekanan emosional. Menurut Cremin & Scholes (2024) membaca untuk kesenangan (*reading for pleasure*) merupakan dasar penting bagi keberhasilan literasi dan pengembangan diri. Pembaca akan lebih terlibat secara kognitif dan emosional ketika mereka membaca karena kesenangan daripada karena paksaan. Fenomena ini mencerminkan menurunnya *reading engagement* secara menyeluruh seperti kehilangan motivasi (afektif), kesulitan untuk fokus pada bacaan (kognitif), penurunan frekuensi membaca (perilaku), dan berkurangnya interaksi mengenai bacaan dengan orang lain (sosial).

Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan melalui fitur *polling*, pada akun @basebuku, diperoleh sebanyak 151 responden yang berpartisipasi. Hasil *polling* menunjukkan bahwa seluruh responden menyatakan pernah mengalami *reading slump*. Pengikut kerap kali berbagi keluhan dan meminta rekomendasi

bacaan ringan agar keluar dari kondisi tersebut. Sehingga, keberadaan akun @basebuku dapat dianggap sebagai kesempatan untuk meningkatkan *reading engagement* melalui interaksi antar pengikut, sekaligus menjadi ruang untuk memahami dan mengatasi kesulitan yang timbul akibat *reading slump*. Kemunculan akun ini dapat menjadi sarana meningkatkan *reading enegegement* tetapi di sisi lain, terdapat juga pengikut yang mengalami penurunan *reading engagement* (*reading slump*). Hal ini merupakan celah untuk dilakukan penelitian mengenai pengaruh akun @basebuku terhadap *reading engagement* pengikutnya.



Gambar 1. 2 Hasil Survei Awal



Gambar 1. 1 Contoh Postingan Pengikut Akun @basebuku

Berdasarkan fenomena *reading slump* di kalangan pengikut akun @basebuku yang ditandai adanya penurunan *reading engagement* menjadi dasar dilakukannya penelitian bertujuan mengenai pengaruh akun @basebuku terhadap *reading engagement* pengikutnya. Penelitian ini penting dilakukan karena media sosial kini tidak hanya sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga dapat sebagai ruang bagi aktivitas dan pertukaran informasi mengenai literasi. Sehingga dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan mengenai bagaimana interaksi di media sosial khususnya di akun @basebuku berperan dalam mempertahankan, meningkatkan *reading engagement*, serta dimanfaatkan untuk menumbuhkan kembali minat serta kebiasaan membaca. Berdasarkan penelitian

yang dilakukan sebelumnya, kegiatan komunitas membaca terbukti memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan minat dan kebiasaan membaca, serta memperkuat interaksi sosial dan semangat literasi di kalangan anggotanya (Khusnia, 2020).

Dalam penelitian ini, variabel media sosial X akan diukur menggunakan teori karakteristik media sosial yang dikemukakan oleh Antony Mayfield (2008) yang terdiri atas partisipasi (*participation*), keterbukaan (*openness*), percakapan (*conversation*), komunitas (*community*), dan saling terhubung (*connectedness*). Sedangkan tingkat *reading engagement* seseorang pada penelitian ini diukur menggunakan teori keterlibatan membaca (*reading engagement theory*) yang dikemukakan oleh Lee *et al.*, (2021), mencakup empat aspek utama yaitu kognitif, afektif, perilaku, dan sosial. Melalui pertimbangan kedua teori tersebut serta keterkaitannya dengan fenomena penggunaan media sosial dalam aktivitas literasi menjadi landasan utama dilakukannya penelitian dengan judul “Analisis Media Sosial X terhadap *Reading Engagement* (Studi pada Akun @basebuku)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah, apakah akun @basebuku pada media sosial X berpengaruh terhadap *reading engagement* pengikutnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh akun @basebuku pada media sosial X terhadap tingkat *reading engagement* pengikutnya.

1.4 Hipotesis

H0 : tidak terdapat pengaruh akun @basebuku pada media sosial X terhadap *reading engagement* pengikutnya.

H1 : terdapat pengaruh akun @basebuku pada media sosial X terhadap *reading engagement* pengikutnya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan diharapkan dapat memberikan dampak atau manfaat bagi pengguna media sosial X agar dapat memanfaatkan media sosial

dengan baik dan benar, pengembangan keilmuan perpustakaan dan ilmu informasi di masa mendatang, serta dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya

1.6 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada responden yang pernah berinteraksi dengan tweet akun @basebuku secara aktif maupun pasif. Penelitian ini akan menyoroti dinamika reading engagement responden secara menyeluruh baik yang sedang mengalami penurunan (*reading slump*) maupun peningkatan minat baca, untuk melihat pengaruh media sosial secara objektif. *Reading engagement* dalam penelitian ini diukur menggunakan skala yang dikembangkan oleh McGeown & Smith, (2024) yang mencakup aspek perilaku, kognitif, afektif, dan sosial.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari beberapa subbab pembahasan seperti latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, hipotesis, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan. Latar belakang membahas tentang penjelasan dan alasan pentingnya penelitian pengaruh akun @basebuku terhadap *reading engagement* serta relevansinya dengan fenomena *reading slump* pada pengikutnya. Pada identifikasi masalah, peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti yakni bagaimana pengaruh akun @basebuku pada media sosial X terhadap *reading engagement* pengikutnya. Selanjutnya pada tujuan penelitian terdapat tujuan yang ingin dicapai peneliti yaitu untuk mengetahui pengaruh akun @basebuku di media sosial X terhadap *reading engagement* pengikutnya. Hipotesis juga dirumuskan sebagai dugaan sementara pada penelitian. Pada manfaat penelitian, dijelaskan mengenai manfaat teoritis dan praktis bagi pengembangan keilmuan khususnya di bidang keilmuan perpustakaan dan ilmu informasi di masa mendatang. Kemudian terdapat batasan masalah yang digunakan untuk memfokuskan penelitian yang dilakukan. Terakhir pada sistematika penulisan, dijabarkan sistematika penulisan secara singkat dan jelas pada masing-masing bab dalam penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini terdapat dua subbab yakni penelitian terdahulu dan landasan teori. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi oleh peneliti bersumber dari artikel jurnal yang terdiri dari empat artikel jurnal nasional dan satu jurnal internasional yang memiliki kesamaan topik dengan topik penelitian yang sedang dikaji yakni pengaruh media sosial dan *reading engagement*. Terdapat juga subbab dasar teoritis yang mengandung pendapat para ahli terkait dengan variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini yakni karakteristik media sosial dan *reading engagement* yang akan digunakan sebagai acuan dalam menyelesaikan penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, alur penelitian yang akan dilakukan, tempat dan waktu penelitian dilaksanakan, subjek dan objek yang akan terlibat, sumber data penelitian, jumlah populasi dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian yang akan digunakan, teknik pengumpulan data, serta analisis data yang akan dilakukan nantinya. Jenis penelitian menjelaskan metode yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif. Tempat dan waktu penelitian menjelaskan lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian. Subjek dan objek menjelaskan terkait apa dan siapa yang menjadi sasaran dalam penelitian ini. Penelitian ini bersubjek pada pengikut akun @basebuku dan berobjek pada pengaruh akun @basebuku di media sosial X terhadap *reading engagement*. Kemudian ada sumber data yang berisi tentang asal usul perolehan data yang digunakan dalam penelitian ini. Populasi dan sampel akan dibahas jumlah populasi yang diteliti yakni pengikut @basebuku beserta pengambilan sampelnya. Selanjutnya pada instrumen penelitian akan dijelaskan mengenai alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena yang sedang dikaji. Pada teknik pengumpulan data dijelaskan proses yang dilakukan dalam pengumpulan data penelitian yaitu dengan kuesioner atau angket yang akan dijawab oleh para responden. Terakhir pada analisis data dijelaskan proses pengelolaan dan interpretasi data yang telah dikumpulkan terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan pengolahan data agar dapat ditarik kesimpulan yang jelas dan akurat.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahas tentang hasil penelitian yang dilandaskan pada permasalahan dan teori yang menjadi acuan. Hasil berisi deskripsi data yang diperoleh dari pengumpulan data. Sedangkan pada pembahasan akan dijabarkan hasil analisis data secara lengkap dan jelas serta pembuktian hipotesis yang telah dirumuskan mengenai pengaruh akun @basebuku di media sosial X terhadap *reading engagement* pengikutnya.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini terdapat subbab yakni kesimpulan dan saran. Pada subbab kesimpulan berisi pernyataan akhir atau simpulan dari penelitian berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Sedangkan dalam subbab saran dirumuskan beberapa solusi yang diharapkan dapat menjadi saran dan masukan atau rekomendasi dalam pertimbangan pengembangan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait topik media sosial dan *reading engagement* sudah pernah dilakukan beberapa peneliti. Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang dijadikan sebagai bahan rujukan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Bunga & Rachman (2022) dengan judul “Peran Akun @literarybase dalam Meningkatkan Minat Baca Followersnya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran akun @literarybase dalam meningkatkan minat baca pengikutnya melalui konten-konten informatif yang dibagikan. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan survei sebagai teknik pengumpulan data dengan total responden 288 pengikut akun @literarybase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @literarybase memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan literasi pengikutnya. Pengikut merasa terbantu karena informasi yang disampaikan singkat, jelas, dan mudah dipahami. Di sisi lain, penelitian menunjukkan bahwa interaksi antar pengikut akun dapat meningkatkan minat baca. Banyak responden yang merasa termotivasi untuk membaca dan mulai mencari buku-buku yang direkomendasikan oleh akun @literarybase. Terdapat persamaan topik antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu mengenai peran suatu akun autobase yang berfokus pada literasi yaitu @literarybase. Sedangkan perbedaannya ada pada akun yang digunakan sebagai subjek yaitu akun @basebuku dan fokus penelitian yang dilakukan adalah *reading engagement*, yaitu bagaimana seseorang terlibat dalam proses membaca.

Penelitian yang dijadikan acuan adalah penelitian yang dilakukan oleh Steenberg *et al.*, (2021) yang berjudul “*Facilitating Reading Engagement in Shared Reading*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *shared reading* (membaca bersama) dapat memfasilitasi peningkatan *reading engagement* pada para peserta, dengan fokus pada peran fasilitator (*reader leader*). Pendekatan yang

digunakan adalah penelitian kualitatif dan observasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *shared reading* juga membantu dalam membangun *reading engagement* melalui saling mengafirmasi, berbagi ide, atau membangun makna bersama. Penelitian ini juga menekankan bahwa *reading engagement* terbentuk tidak hanya karena teks, tetapi karena interaksi sosial, fasilitas yang tepat, dan proses membaca bersama. Terdapat persamaan fokus penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yakni bagaimana media atau bentuk interaksi tertentu dapat meningkatkan *reading engagement* seseorang dalam membaca. Perbedaan kedua penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah metode yang digunakan. Selain itu, penelitian ini melibatkan interaksi secara langsung dalam kegiatan membaca berkelompok sedangkan penelitian yang dilakukan melibatkan interaksi digital melalui media sosial khususnya pada akun @basebuku.

Penelitian berikutnya adalah penelitian berjudul “Pengaruh Media Sosial Line Webtoon terhadap Minat Membaca Komik pada Mahasiswa Universitas Riau” yang ditulis oleh Putri & Lubis (2018). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial Line Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Riau dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner dengan populasi mahasiswa Universitas Riau dan responden sebanyak 96 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel media sosial Line Webtoon berpengaruh secara signifikan terhadap minat membaca komik mahasiswa Universitas Riau. Hasil ini sejalan dengan Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*), yang menyatakan bahwa konten dan fitur Webtoon sebagai stimulus memicu perhatian dan ketertarikan yang berujung pada minat membaca. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah persamaan topik sosial media dengan menggunakan kajian teori yang sama serta metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaannya ada pada subjek dan objek penelitian.

Selanjutnya terdapat penelitian yang dilakukan oleh Huo & Cho (2020) yang berjudul “*Investigating Effects of Metacognitive Strategies on Reading Engagement: Managing Globalized Education*”. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui pengaruh strategi metakognitif terhadap berbagai aspek *reading engagement* mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan survei sebagai teknik pengumpulan data. Penelitian ini melibatkan mahasiswa dari berbagai wilayah seperti Asia, Afrika, Eropa, dan Amerika dengan total responden sebanyak 146 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi metakognitif berpengaruh signifikan terhadap *reading engagement* dan penggunaan strategi metakognitif secara konsisten membuat mahasiswa lebih terlibat aktif ketika membaca teks berbahasa Inggris untuk tujuan akademik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan, adalah terdapat pada topik yaitu *reading engagement*, tetapi terdapat pula perbedaan pada faktor penyebabnya. Dalam penelitian ini menekankan pengaruh keterampilan internal pembaca sedangkan penelitian yang dilakukan menekankan pada pengaruh eksternal yaitu media sosial khususnya akun @basebuku

Penelitian terakhir yang dijadikan rujukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Alhamad *et al.*, (2024) dengan judul “*Augmented Reality Books: In-depth Insights Into Children’s Reading Engagement*”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti proses anak-anak membaca dan berinteraksi dengan buku *Augmented Reality* (AR) secara langsung sekaligus mengukur dukungan fitur-fitur dalam buku tersebut terhadap *reading engagement*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi terhadap 38 anak. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa menggunakan buku *Augmented Reality* (AR), anak-anak menjadi lebih aktif, tertarik, dan senang membaca. Animasi dan fitur interaktif membuat membaca lebih menyenangkan sehingga dapat mendorong mereka untuk membaca bersama teman, dengan kata lain membaca menggunakan buku *Augmented Reality* memberikan pengaruh positif pada berbagai aspek *reading engagement* anak-anak. Kesamaan utama dalam penelitian ini dan penelitian yang dilakukan adalah fokus kajian yaitu *reading engagement* dengan menggunakan kajian teori yang sama. Sedangkan perbedaannya ada pada metode dan subjek penelitian. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan bersubjek pada anak-anak sementara penelitian

yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif dan media sosial sebagai subjek penelitian.

2.2 Landasan Teori

Untuk mengkaji penelitian ini diperlukan beberapa teori sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Adapun teori-teori yang digunakan meliputi:

2.2.1 Media Sosial X

Penggunaan internet, media sosial, serta teknologi komunikasi lainnya kini telah terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Adanya media sosial memungkinkan pengguna dapat berbagi dan bertukar informasi atau ide sebagai bentuk ekspresi melalui jaringan virtual. Kavitha, (2024) mendefinisikan media sosial sebagai media yang memungkinkan seseorang untuk bersosialisasi secara daring dengan berbagai konten, berita, foto, dan sebagainya dengan orang lain. Menurut Rochmatillah *et al.*, (2024) media sosial merupakan media yang digunakan untuk saling terhubung dari satu pengguna ke pengguna yang lain secara luas, baik untuk berbagi informasi, menyebarkan hiburan, maupun berdiskusi mengenai suatu masalah dengan berkonsep pada *User-Generated content* (UGC). *User-Generated Content* diartikan sebagai alat komunikasi pengguna media sosial untuk menyampaikan informasi penting dalam bentuk narasi maupun konten visual secara online untuk menjangkau audiens (Feissyliya *et al.*, 2025). Pengguna tidak lagi berperan sebagai penerima informasi saja, melainkan juga dapat berpeluang menjadi produsen konten yang aktif. Dapat dikatakan bahwa media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, bertukar konten, serta berinteraksi satu sama lain, sehingga dapat membentuk cara baru masyarakat dalam berkomunikasi dan terlibat dalam lingkungan digital.

Secara umum, media sosial memiliki karakteristik utama untuk dapat disebut sebagai media sosial. Karakteristik media sosial menurut Mayfield (2008) antara lain:

1. *Participation* (Partisipasi)

Media sosial mendorong pengguna untuk berpartisipasi dan memberikan umpan balik secara langsung sehingga dapat mengakibatkan kaburnya batasan

antara media dan pengguna. Partisipasi pengguna dapat diukur berdasarkan keterlibatan pengguna media sosial seperti menggunakan fiturp favorit dan *like* serta kunjungan pada suatu akun.

2. *Openness* (Keterbukaan)

Media sosial bersifat terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana seperti voting, berbagi, dan pencarian. Selain itu, pada media sosial jarang terdapat hambatan untuk mengakses dan memanfaatkan konten.

3. *Conversation* (Percakapan)

Media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi atau percakapan dua arah. Percakapan dapat ditemui dalam fitur komentar atau *reply* dan DM (*Direct Message*).

4. *Community* (Komunitas)

Media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas dengan cepat. Individu atau organisasi dapat terhubung dengan orang lain berdasarkan kesamaan atau minat terhadap sesuatu. Sehingga dengan adanya media sosial para anggota dapat saling berkomunikasi secara efektif.

5. *Connectedness* (Saling Terhubung)

Pada karakteristik saling terhubung pengguna dapat terhubung dengan situs web, sumber daya, pengguna lain, serta *platform* media sosial lainnya melalui tautan. Konsep saling terhubung memudahkan keterhubungan dalam konteks menemukan informasi.

X merupakan media sosial yang dahulu dikenal dengan nama *Twitter* pertama kali diluncurkan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006 lalu diakuisisi oleh Elon Musk pada tahun 2023. X banyak digunakan oleh masyarakat dengan berbagai kepentingan. X dikenal dengan konsep “*micro blogging*” yang memungkinkan pengguna membuat postingan yang disebut dengan “*tweet*” dengan jumlah 280 karakter dalam satu kali unggahan. Postingan singkat tersebut dapat berupa teks, gambar, video, serta link tautan. Pengguna lain juga dapat memposting ulang atau disebut dengan “*re-tweet*” serta mengutip postingan pengguna lain. Pada X juga terdapat tagar yang dapat dimanfaatkan pengguna untuk menelusur informasi berdasarkan tagar pada suatu postingan. Selain menggunakan tagar, pengguna dapat

memanfaatkan fitur *trending topic* untuk mengetahui topik yang sedang hangat dibicarakan, serta menggunakan fitur pencarian yang memungkinkan pengguna menemukan postingan dengan menggunakan frasa yang sama persis dengan tweet yang sedang dicari sebagai kata kunci pencarian. Melalui fitur-fitur yang terdapat dalam media sosial, pengguna dapat dengan mudah mengakses, membagikan, serta berdiskusi mengenai suatu topik sesuai dengan minat dan kebutuhan pengguna (Rana *et al.*, 2023).

2.2.2 Reading Engagement

Reading engagement didefinisikan sebagai tingkat keterlibatan seseorang ketika membaca. Konsep ini telah berkembang dalam penelitian literasi dan sering dikaitkan dengan motivasi membaca, strategi untuk membaca, dan pengalaman membaca yang bermakna. Menurut Guthrie & Wigfield (2000) dalam Widiati *et al.*, (2023) menyatakan bahwa pembaca yang terlibat atau *engaged readers* adalah pembaca yang termotivasi untuk membaca dengan berbagai tujuan pribadi sehingga mereka merasakan kesenangan saat membaca. Mereka menggunakan strategi berupa berbagai macam pendekatan untuk memahami teks, berpengetahuan dalam membangun pemahaman baru dari teks, serta terlibat dalam interaksi sosial dalam pendekatan mereka terhadap literasi.

Konsep *reading engagement* telah mengalami perkembangan dalam dua dekade terakhir. Pada awalnya, penelitian mengenai *reading engagement* hanya berfokus pada dua aspek (kognitif dan perilaku) kemudian berkembang menjadi tiga (afektif, perilaku, dan kognitif) (Alhamad *et al.*, 2024). Namun, kedua pemahaman tersebut dinilai belum menggambarkan kompleksitas *reading engagement* secara utuh. Berdasarkan tinjauan sistematis Lee *et al.*, (2021) menegaskan bahwa *reading engagement* bersifat multidimensi yang artinya terdiri dari beberapa aspek yang saling terkait tidak terbatas pada satu bentuk keterlibatan saja. Terdapat empat aspek utama yang dapat menggambarkan secara komprehensif mengenai bagaimana seseorang dapat terlibat dalam aktivitas membaca. Adapun keempat aspek utama dalam *reading engagement* menurut Lee *et al.*, (2021) antara lain:

a. *Cognitive Engagement* (Keterlibatan Kognitif).

Cognitive Engagement atau keterlibatan kognitif mencerminkan tingkat usaha kognitif seseorang ketika memproses dan memahami suatu teks. Bentuk keterlibatan ini tidak hanya melalui penggunaan strategi kognitif, tetapi juga melalui upaya aktif untuk menyelesaikan bacaan hingga akhir terutama jika teks yang dibaca sulit. Keterlibatan kognitif juga dikaitkan dengan keterampilan membaca yang menjadi perantara antara motivasi membaca (McGeown & Smith, 2024).

b. *Behavioral Engagement* (Keterlibatan Perilaku)

Behavioral Engagement atau keterlibatan perilaku mencerminkan perilaku seseorang ketika membaca. Aspek ini mencakup frekuensi, durasi, tujuan membaca (McGeown & Smith, 2024). Pembaca yang terlibat secara perilaku akan berusaha untuk menjaga mata agar tetap fokus serta membuat catatan atau anotasi berdasarkan bacaan yang sedang dibaca (Huo & Cho, 2020).

c. *Affective Engagement* (Keterlibatan Afektif)

Affective Engagement atau keterlibatan afektif mencerminkan kedalaman emosi atau perasaan yang dialami seseorang ketika membaca serta sejauh mana seseorang tertarik pada bacaan. Pembaca yang terlibat secara afektif akan menunjukkan sikap positif seperti merasa gembira atau antusias terhadap bacaan yang akan menunjukkan adanya unsur membaca untuk kesenangan. Perasaan ini yang akan memunculkan motivasi intrinsik untuk membaca.

d. *Social Engagement* (Keterlibatan Sosial)

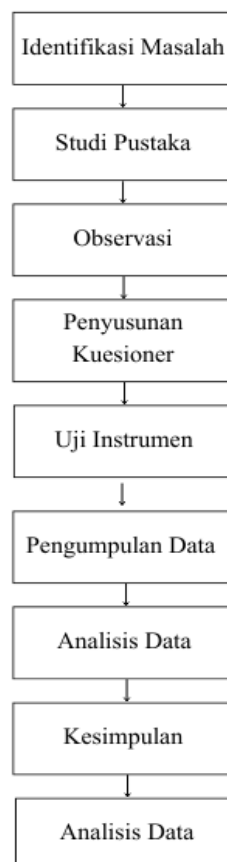
Social Engagement atau keterlibatan sosial merupakan cerminan dari partisipasi seseorang dalam berbagai kegiatan membaca dengan orang lain. Partisipasi ini dilihat berdasarkan interaksi sosial seperti berdiskusi, berbagi rekomendasi, serta berpartisipasi dalam komunitas atau kegiatan literasi. Melalui kegiatan sosial menunjukkan bahwa kegiatan membaca bukan hanya sebagai kegiatan pribadi, melainkan proses sosial yang mencakup komunikasi, kerjasama, dan dukungan dari lingkungan sekitar. Selain itu, ketika seseorang berinteraksi secara sosial, memungkinkan untuk dapat belajar dari satu sama lain (McGeown & Smith, 2024).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menuntut bukti empiris dengan bentuk ontologis yang dilakukan dengan mengumpulkan data secara numerik dan dianalisis secara sistematis atau statistik (Rohman *et al.*, 2023). Metode kuantitatif dipilih karena hasilnya akan memberikan informasi secara mendalam dan luas mengenai hubungan sebab akibat antar dua variabel. Melalui pendekatan ini, dapat diperoleh pemahaman mengenai pengaruh media sosial X terhadap *reading engagement* seseorang khususnya pada pengikut akun @basebuku. Penelitian ini dilakukan secara sistematis sebagaimana terlihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3. 1 Diagram Penelitian

a. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan tahapan awal dari penelitian ini. Dalam penelitian ini, identifikasi masalah dilakukan dengan mengamati dan menggunakan secara langsung media sosial X, khususnya pada akun literasi @basebuku. Identifikasi masalah digunakan untuk menetapkan tujuan dan batasan masalah dalam penelitian.

b. Studi Pustaka

Tahap studi pustaka dilakukan dengan mengkaji teori, konsep, dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik sosial media dan *reading engagement*. Sumber-sumber rujukan diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan sumber lainnya yang relevan dengan topik kajian penelitian.

c. Observasi

Setelah mengidentifikasi masalah, observasi dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi secara langsung guna memahami fenomena secara mendalam. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan melakukan survei awal kepada pengikut akun @basebuku. Data yang diperoleh digunakan sebagai data penelitian untuk memvalidasi adanya fenomena penurunan dan peningkatan literasi di kalangan pengguna media sosial.

d. Penyusunan Kuesioner

Proses penyusunan kuesioner dilakukan dengan berlandaskan pada teori yang digunakan pada setiap variabel. Setiap variabel memiliki indikator yang digunakan untuk mengukur variabel secara tepat. Setiap poin pada indikator diwakili dengan beberapa butir pertanyaan untuk diisi oleh responden. Sebelum kuesioner dibagikan kepada responden, instrumen harus melalui uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui keefektifan dan konsistensi instrumen sebagai alat ukur penelitian. Uji instrumen dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden, kemudian data dianalisis untuk validitas dan reliabilitas menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

a) Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur kelayakan alat ukur atau instrumen penelitian. Uji validitas dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}} \quad (3.1)$$

Keterangan

r_{xy} : Koefisien korelasi antara X dan Y

n : Jumlah responden

x : Skor total semua soal variabel X

y : Skor total semua variabel Y

Setelah diketahui nilai r_{hitung} dan r_{tabel} , kriteria dalam membuktikan valid atau tidaknya instrumen atau alat ukur penelitian antara lain:

- 1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, butir pertanyaan dinyatakan valid
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, butir pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui konsistensi alat ukur atau instrumen penelitian apabila pengukuran dilakukan secara berulang. Uji reliabilitas dilakukan apabila butir pertanyaan telah dinyatakan valid. Rumus *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menghitung reliabilitas dan rumus tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right) \quad (3.2)$$

Keterangan

r : nilai reliabilitas

k : jumlah butir

$\sum S_i$: jumlah skor tiap-tiap butir

S_t : varian total

Setelah diketahui nilai reliabilitasnya, maka alat ukur dapat dipastikan kekonsistennya apabila nilai cronbach's alpha $> 0,7$ dan mendekati 1 tetapi

apabila *cronbach's alpha* $< 0,7$ maka alat ukur tersebut dinyatakan kurang reliabel.

e. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner disebarikan kepada responden yang telah ditentukan jumlahnya menggunakan teknik pengambilan sampel serta memenuhi kriteria tertentu.

f. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan jangka waktu tertentu sejak kuesioner dibagikan hingga jumlah responden terpenuhi.

g. Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah seluruh data dari kuesioner terkumpul dan dinyatakan lengkap. Data yang diperoleh diolah dan dianalisis untuk menjawab identifikasi masalah serta menguji hipotesis penelitian. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji linearitas dan uji regresi linear sederhana. Pada tahap ini akan diketahui apakah media sosial X dapat berpengaruh terhadap *reading engagement* seseorang.

h. Kesimpulan

Pada tahap kesimpulan, terdapat rangkuman secara singkat dan jelas berdasarkan hasil dari analisis data yang dilakukan sebelumnya sehingga pembaca dapat memahami hasil penelitian dengan mudah. Selain itu, terdapat saran yang ditujukan sebagai rekomendasi untuk penelitian selanjutnya maupun untuk perubahan.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian didefinisikan sebagai individu atau sesuatu yang dipilih oleh peneliti sebagai sumber data yang akan diteliti dan menjadi tempat diperolehnya informasi yang berkaitan dengan variabel penelitian. Sedangkan objek penelitian merupakan fenomena, variabel, atau permasalahan yang menjadi fokus kajian penelitian serta keberadaannya digambarkan melalui hasil penelitian (Mochamad, 2023). Subjek dalam penelitian ini adalah pengikut akun @basebuku.

Sedangkan objek penelitian ini pengaruh media sosial X terhadap *reading engagement*.

3.3 Sumber Data

Sumber data mengacu pada asal informasi ditemukan. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumbernya seperti dengan melakukan observasi, wawancara, dan lain-lain (Hardani & Auliya, 2020). Data primer pada penelitian ini didapatkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengikut akun @basebuku yang memenuhi kriteria untuk menjadi responden.

3.4 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian kuantitatif diperlukan populasi dan sampel untuk memperoleh data. Adapun penjelasan mengenai populasi dan sampel adalah sebagai berikut:

3.5.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang digunakan sebagai sumber data dan memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian (Hardani & Auliya, 2020). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengikut akun @basebuku. Adapun jumlah pengikut akun @basebuku per Desember 2025 yaitu sejumlah 136.526.

3.5.2 Sampel

Menurut Santoso & Madiistriyatno (2021), sampel merupakan bagian dari populasi yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti. Untuk menghitung besaran sampel pada penelitian ini digunakan rumus Slovin dengan *margin of error* sebesar 10%. Perhitungan jumlah sampel dilakukan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3.3)$$

Keterangan

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : margin of error (10%)

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

$$n = \frac{136,526}{1 + 136526 (0.1)^2}$$

$$n = 99.92$$

Berdasarkan hasil perhitungan dihasilkan 99,92 dan jika dibulatkan maka jumlah sampel pada penelitian ini memerlukan sebanyak 100 responden.

3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah cara menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel dengan mempertimbangkan sifat-sifat populasi agar diperoleh sampel yang representatif (Hardani & Auliya, 2020). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yang berarti memilih responden berdasarkan kriteria tertentu. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan hasil yang lebih akurat, sehingga tujuan penelitian ini dapat tercapai. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah “pengguna aktif media sosial X yang merupakan pengikut akun @basebuku”.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang mempermudah untuk pengumpulan data secara sistematis dalam suatu penelitian. Data yang terkumpul akan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, sehingga sangat penting untuk memastikan kualitasnya dalam arti valid dan reliabel (Santoso & Madiistriyatno, 2021). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini akan dibagikan dalam bentuk kuesioner yang berisi pertanyaan maupun pertanyaan yang harus dijawab oleh responden sesuai persepsi pribadi.

Skala pengukuran instrumen pada penelitian ini menggunakan skala likert yang berfungsi untuk menilai sikap dan persepsi seseorang mengenai fenomena tertentu. Penelitian ini menggunakan skala dengan empat tingkatan untuk menghilangkan kemungkinan responden memilih jawaban netral, sehingga responden akan lebih condong memberikan respon persetujuan atau penolakan. Menurut Chyung *et al.*, (2017) salah satu cara yang dapat digunakan untuk meminimalkan penggunaan titik tengah (jawaban netral) adalah dengan

menghilangkan titik tengah tersebut. Jawaban yang dipilih responden akan diberi skor atau bobot masing-masing. Detail skor untuk setiap alternatif jawaban responden dapat dilihat dalam Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Penelitian ini mencangkup dua jenis variabel yakni variabel *independent* dan variabel *dependent*. Variabel *independent* biasa dikenal dengan variabel bebas, di mana variabel ini akan memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Selain itu, terdapat variabel *dependent* yang dikenal sebagai variabel terikat, karena variabel ini dipengaruhi variabel bebas.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah media sosial X pada akun @basebuku, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah *reading engagement*. Masing-masing variabel memiliki indikator yang digunakan sebagai alat ukur penelitian. Butir kuesioner pada variabel X disusun berdasarkan karakteristik media sosial menurut Mayfield (2008) yang diadaptasi dari penelitian Putri & Lubis (2018), kemudian disesuaikan dengan konteks akun @basebuku pada media sosial X. Sementara itu, variabel Y dijelaskan menggunakan konsep *reading engagement* menurut (Lee et al., 2021). Adapun indikator dan butir instrumen pada variabel Y diadaptasi dari skala *reading engagement* yang dikembangkan oleh McGeown & Smith (2024). Skala tersebut mencangkup empat aspek utama *reading engagement* yaitu kognitif, afektif, perilaku, dan sosial. Berikut ini merupakan butir pertanyaan yang akan digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan	No Butir
Variabel X (Media Sosial Twitter @basebuku)	Partisipasi	Saya tertarik mengunjungi akun @basebuku setelah melihat postingan atau konten di beranda (<i>timeline</i>)	1

Variabel	Indikator	Pertanyaan	No Butir
		Saya tertarik untuk memberikan tanggapan dengan menggunakan fitur <i>like/bookmark</i> pada postingan akun @basebuku	2
		Saya merasa terdorong untuk memberikan umpan balik terhadap postingan akun @basebuku melalui interaksi seperti like, komen, re-tweet, dan kutip tweet.	3
		Saya merasa anonimitas pada akun @basebuku dapat memberikan ruang nyaman bagi saya untuk berbagi pendapat melalui <i>menfess</i>	4
	Keterbukaan	Saya dapat dengan mudah mengakses postingan akun @basebuku	5
		Fitur pencarian pada akun @basebuku memudahkan saya menemukan informasi atau topik yang saya butuhkan	6
		Saya merasa mudah untuk berbagi postingan @basebuku kepada pengguna lain	7
		Saya terbuka untuk menerima informasi terkait buku dari akun @basebuku	8
	Percakapan	Saya merasa kolom komentar atau fitur reply pada akun @basebuku mendukung terjadinya interaksi dengan pengikut lain	9
		Melalui akun @basebuku saya merasa mudah untuk bertanya mengenai informasi terkait bacaan dan aktivitas membaca	10
		Saya menilai percakapan yang terjadi pada akun @basebuku bersifat dua arah	11
	Komunitas	Saya merasa memiliki kesamaan minat dengan pengguna lain yang mengikuti akun @basebuku	12
		Saya dapat menemukan komunitas pembaca melalui akun @basebuku	13
		Saya merasa didukung oleh pengikut lain akun @basebuku dalam aktivitas membaca	14
	Saling Terhubung	Saya merasa terhubung dengan pengguna lain melalui akun @basebuku	15
		Melalui akun @basebuku saya dapat mengetahui berbagai sudut pandang tentang aktivitas membaca pengguna lain	16
		Interaksi yang terjadi di akun @basebuku membuat saya merasa tidak sendiri sebagai pembaca	17
		Akun @basebuku membantu saya terhubung dengan informasi seputar buku yang saya minati	18
Variabel Y (Reading Engagement)	Perilaku (Behavioral)	Saya membaca buku (cetak atau digital) di waktu luang saya	19
		Saya dapat membaca dalam durasi yang cukup lama tanpa terganggu oleh aktivitas lain	20

Variabel	Indikator	Pertanyaan	No Butir
		Saya meluangkan waktu khusus untuk membaca meskipun memiliki kesibukan lain	21
		Membaca merupakan bagian dari rutinitas harian atau mingguan saya	22
		Saya membaca berbagai jenis bacaan (misalnya fiksi, nonfiksi, artikel panjang, buku akademik)	23
		Saya menyelesaikan bacaan yang telah saya mulai	24
	Afektif	Saya merasa senang ketika membaca buku	25
		Membaca membuat saya menjadi rileks atau nyaman	26
		Saya merasa terhubung dengan karakter, cerita, atau topik dalam bacaan	27
		Saya peduli terhadap ide, tokoh, atau gagasan yang disampaikan dalam bacaan	28
		Saat membaca, saya sering merasa terhanyut dalam isi bacaan	29
		Membaca buku adalah cara saya untuk mengeksplorasi lebih jauh tentang hal-hal yang saya minati	30
	Kognitif	Saya berusaha memahami isi bacaan secara mendalam	31
		Jika menemukan bagian bacaan yang sulit, saya membaca secara berulang untuk meningkatkan pemahaman saya	32
		Saya menghubungkan isi bacaan dengan pengetahuan atau pengalaman saya sebelumnya	33
		Ketika menemukan istilah atau kata yang tidak saya pahami, saya akan berusaha mencari maknanya	34
		Jika bagian dari sebuah buku sulit dipahami, saya akan terus membacanya hingga menjadi jelas	35
		Jika sebuah buku menggunakan kata-kata yang tidak saya ketahui, saya akan tetap mencoba memahami cerita utamanya	36
	Sosial	Saya berdiskusi dengan orang lain tentang bacaan yang saya baca	37
		Saya menikmati ketika berdiskusi tentang bacaan dengan orang lain	38
		Saya merekomendasikan bacaan kepada orang lain	39
		Saya menerima rekomendasi bacaan dari orang lain	40
		Saya merasa percaya diri saat membahas buku dengan orang lain	41
		Saya memulai percakapan tentang buku dengan orang lain	42

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah sistematis yang digunakan untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data penelitian yang umum digunakan. Observasi digunakan untuk meneliti hal-hal terkait dengan perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam (Santoso & Madiistriyatno, 2021). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mengamati interaksi pengikut akun @basebuku.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk dijawab oleh responden, dan biasanya dituangkan dalam bentuk alternatif jawaban yang telah didefinisikan dengan jelas (Santoso & Madiistriyatno, 2021). Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan mengandung pertanyaan tertutup yang berarti responden memilih jawaban yang telah dirumuskan sebelumnya. Kuesioner yang harus diisi memuat 42 pertanyaan yang telah dilandaskan pada teori variabel media sosial dan variabel *reading engagment*. Penyebaran kuesioner akan dibagikan kepada pengikut akun @basebuku.

3.7 Analisis Data

Data pada penelitian ini, akan dianalisis secara statistik dan diwujudkan dengan angka dengan menggunakan *software* SPSS, dengan tahapan sebagai berikut:

3.7.1 Uji Normalitas dan Linearitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu melalui nilai t dan F, histogram, dan P-Plot. Data terdistribusi normal menunjukkan jawaban responden tersebar merata di seluruh rentang skala pengukuran, hal ini dapat mencerminkan berbagai pendapat yang beragam dan representatif.

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui terdapat hubungan yang linear atau tidak pada masing-masing variabel. Variabel bebas dan variabel terikat dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila hasil nilai signifikansi linearitasnya (*sig.diviation from linearity*) > 0,05 (Setiawan, 2020). Jika kedua variabel menunjukkan hasil linear maka dapat dikatakan ketika variabel bebas (independen) naik secara linear variabel terikat (dependen) juga akan naik. Dalam penelitian ini, uji linearitas digunakan untuk memastikan bahwa hubungan variabel independen (X) yaitu media sosial mengalami peningkatan seiring meningkatnya variabel dependen (Y) yaitu *reading engagement* secara proporsional.

3.7.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengidentifikasi tingkat keeratan hubungan antara variabel independen (X) yaitu media sosial X dan variabel dependen (Y) yaitu *reading engagement*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment*. Pemilihan teknik ini didasarkan pada data penelitian berdistribusi normal dan memenuhi asumsi linearitas sehingga sesuai menggunakan statistik parametrik. Berikut ini rumus dari analisis *Pearson Product Moment*:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad (3.4)$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi

n : Jumlah Responden

$\sum XY$: Jumlah hasil perkalian skor X dan Y

$\sum X$: Jumlah skor variabel X

$\sum Y$: Jumlah skor variabel Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor Y

Interpretasi nilai korelasi antar variabel dijelaskan pada tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Skala Korelasi

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
00,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

3.7.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis besarnya hubungan sebab-akibat antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) yaitu media sosial X terhadap variabel dependen (Y) yaitu *reading engagement*. Model persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX \quad (3.5)$$

Keterangan

Y : Variabel terikat atau variabel dependen

X : Variabel bebas atau variabel independen

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

Nilai a dan b dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (3.6)$$

Untuk mengetahui besaran pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) terlihat melalui nilai R square (R^2). Menurut Hair *et al.*, (2011) nilai R^2 sebesar 0,75 termasuk kategori kuat atau substansial, 0,50 termasuk dalam kategori moderat atau sedang, dan 0,25 termasuk dalam kategori lemah.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada subbab ini dipaparkan mengenai hasil penelitian tentang pengaruh media sosial X terhadap *reading engagement* studi pada akun @basebuku. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* yang dibagikan melalui *menfess* (*Mention and Confession*) dan DM (*Direct Messenger*) pada tanggal 19 – 23 Februari 2026. Kuesioner tersebut diisi oleh 100 orang responden yang merupakan pengguna aktif media sosial X dan pengikut akun @basebuku. Data yang telah terkumpul akan dianalisis lebih lanjut guna mengetahui terdapat tidaknya pengaruh variabel media sosial terhadap variabel *reading engagement*.

4.1.1 Profil Akun @basebuku

Akun @basebuku merupakan sebuah akun *autobase* di platform X yang berbasis literasi yang dibuat sejak Agustus 2021. Tujuan dibuatnya akun @basebuku untuk berbagi pengalaman, informasi, diskusi, atau apapun yang berkaitan dengan berbagai jenis buku baik buku fiksi maupun nonfiksi. Sebagai *autobase*, @basebuku menggunakan sistem bot *menfess* (*mention confess*), yaitu sistem otomatis yang memungkinkan pengguna mengirimkan pesan seputar buku secara anonim melalui mention ke akun tersebut, kemudian bot akan meneruskannya secara otomatis ke seluruh pengikut. Sistem ini mempermudah interaksi antar pengguna tanpa harus memiliki akun dengan banyak pengikut.

Meskipun tidak terdapat proses penyaringan (*filter*) konten sebelum postingan diteruskan ke publik, @basebuku tetap memiliki peraturan yang jelas dan terstruktur. Peraturan tersebut dapat diakses secara terbuka oleh seluruh pengguna melalui tautan yang tercantum pada bio akun. Adanya peraturan yang transparan menunjukkan bahwa meskipun sistem berjalan secara otomatis, pengelola tetap berupaya memberikan panduan yang dapat dijadikan acuan oleh pengguna dalam berpartisipasi.

Pengelolaan akun @basebuku dilakukan secara anonim yang mana identitas admin tidak diketahui secara publik, namun akun ini tetap menyediakan jalur komunikasi resmi bagi pengguna yang ingin menyampaikan pengaduan melalui Telegram. Keberadaan saluran pengaduan ini menunjukkan bahwa meskipun sistem berjalan secara otomatis dan anonim, pengelola tetap membuka ruang responsivitas terhadap pengguna yang membutuhkan bantuan atau ingin melaporkan konten yang bermasalah. Dengan konsep yang serba anonim, pengguna diharapkan dapat memahami dan mematuhi peraturan yang berlaku secara mandiri tanpa adanya pengawasan langsung dari pengelola.

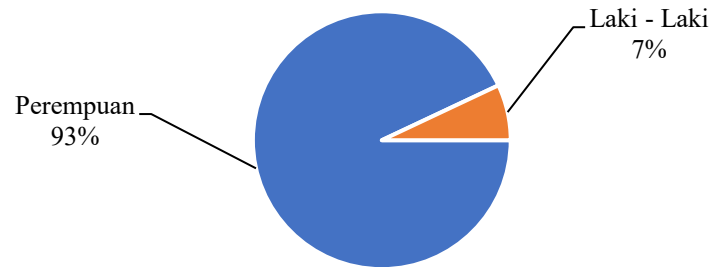


Gambar 4. 1 Profil Akun @basebuku

4.1.2 Demografi Responden

Berdasarkan data yang terkumpul, responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan pengguna aktif media sosial X dan pengikut akun @basebuku. Karakteristik responden dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, status, dan usia. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 93% sedangkan laki-laki sebanyak 7%.

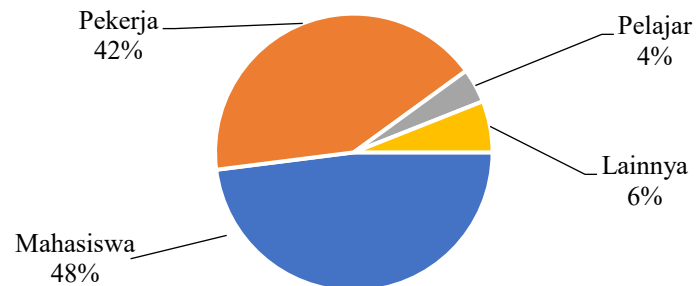
Data Jenis Kelamin Responden



Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jika dilihat berdasarkan berdasarkan status, responden dalam penelitian ini terdiri atas 48% berstatus sebagai mahasiswa, 42% pekerja, 4 % pelajar, dan 6% lainnya.

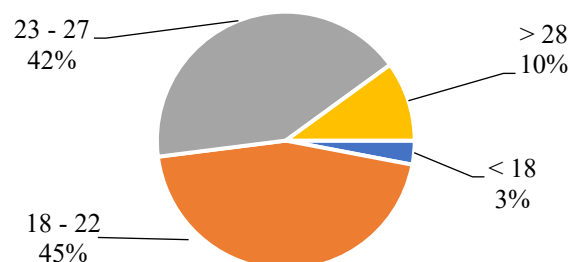
Data Status Responden



Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Status

Terakhir berdasarkan rentang usia, mayoritas responden berusia 18 – 22 tahun sebanyak 45%, diikuti oleh 23 – 27 sebanyak 42%, kemudian > 28 tahun sebanyak 10, dan yang terakhir < 18 tahun sebanyak 3.

Data Umur Responden



Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Rentang Usia

4.1.3 Hasil Uji Validitas

Untuk mengetahui kelayakan butir pernyataan pada instrumen penelitian, diperlukan uji validitas. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan membagikan seluruh butir pernyataan kepada 30 responden. Kemudian, data diolah menggunakan *software* SPSS dengan kriteria pengujian yaitu membandingkan r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi 0.05 dan $N = 30$, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0.361. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X

No	Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Saya tertarik mengunjungi akun @basebuku setelah melihat postingan atau konten di beranda (<i>timeline</i>)	0.715	0.361	Valid
2	Saya tertarik untuk memberikan tanggapan dengan menggunakan fitur <i>like/bookmark</i> pada postingan akun @basebuku	0.744	0.361	Valid
3	Saya merasa terdorong untuk memberikan umpan balik terhadap postingan akun @basebuku melalui interaksi seperti like, komen, re-tweet, dan kutip tweet.	0.806	0.361	Valid
4	Saya merasa anonimitas pada akun @basebuku dapat memberikan ruang nyaman bagi saya untuk berbagi pendapat melalui <i>menfess</i>	0.821	0.361	Valid
5	Saya dapat dengan mudah mengakses postingan akun @basebuku	0.757	0.361	Valid
6	Fitur pencarian pada akun @basebuku memudahkan saya menemukan informasi atau topik yang saya butuhkan	0.742	0.361	Valid
7	Saya merasa mudah untuk berbagi postingan @basebuku kepada pengguna lain	0.724	0.361	Valid
8	Saya terbuka untuk menerima informasi terkait buku dari akun @basebuku	0.704	0.361	Valid
9	Saya merasa kolom komentar atau fitur reply pada akun @basebuku mendukung terjadinya interaksi dengan pengikut lain	0.613	0.361	Valid
10	Melalui akun @basebuku saya merasa mudah untuk bertanya mengenai informasi terkait bacaan dan aktivitas membaca	0.749	0.361	Valid
11	Saya menilai percakapan yang terjadi pada akun @basebuku bersifat dua arah	0.774	0.361	Valid
12	Saya merasa memiliki kesamaan minat dengan pengguna lain yang mengikuti akun @basebuku	0.662	0.361	Valid

No	Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
13	Saya dapat menemukan komunitas pembaca melalui akun @basebuku	0.549	0.361	Valid
14	Saya merasa didukung oleh pengikut lain akun @basebuku dalam aktivitas membaca	0.894	0.361	Valid
15	Saya merasa terhubung dengan pengguna lain melalui akun @basebuku	0.627	0.361	Valid
16	Melalui akun @basebuku saya dapat mengetahui berbagai sudut pandang tentang aktivitas membaca pengguna lain	0.669	0.361	Valid
17	Interaksi yang terjadi di akun @basebuku membuat saya merasa tidak sendiri sebagai pembaca	0.688	0.361	Valid
18	Akun @basebuku membantu saya terhubung dengan informasi seputar buku yang saya minati	0.723	0.361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4.1, diketahui semua butir pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel, yaitu lebih besar dari 0.361. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan variabel X dinyatakan valid.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
19	Saya membaca buku (cetak atau digital) di waktu luang saya	0.240	0.361	Tidak Valid
20	Saya dapat membaca dalam durasi yang cukup lama tanpa terganggu oleh aktivitas lain	0.373	0.361	Valid
21	Saya meluangkan waktu khusus untuk membaca meskipun memiliki kesibukan lain	0.406	0.361	Valid
22	Membaca merupakan bagian dari rutinitas harian atau mingguan saya	0.630	0.361	Valid
23	Saya membaca berbagai jenis bacaan (misalnya fiksi, nonfiksi, artikel panjang, buku akademik)	0.568	0.361	Valid
24	Saya menyelesaikan bacaan yang telah saya mulai	0.467	0.361	Valid
25	Saya merasa senang ketika membaca buku	0.211	0.361	Tidak Valid
26	Membaca membuat saya menjadi rileks atau nyaman	0.521	0.361	Valid
27	Saya merasa terhubung dengan karakter, cerita, atau topik dalam bacaan	0.465	0.361	Valid
28	Saya peduli terhadap ide, tokoh, atau gagasan yang disampaikan dalam bacaan	0.556	0.361	Valid
29	Saat membaca, saya sering merasa terhanyut dalam isi bacaan	0.553	0.361	Valid
30	Membaca buku adalah cara saya untuk mengeksplorasi lebih jauh tentang hal-hal yang saya minati	0.532	0.361	Valid

No	Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
31	Saya berusaha memahami isi bacaan secara mendalam	0.272	0.361	Tidak Valid
32	Jika menemukan bagian bacaan yang sulit, saya membaca secara berulang untuk meningkatkan pemahaman saya	0.639	0.361	Valid
33	Saya menghubungkan isi bacaan dengan pengetahuan atau pengalaman saya sebelumnya	0.452	0.361	Valid
34	Ketika menemukan istilah atau kata yang tidak saya pahami, saya akan berusaha mencari maknanya	0.316	0.361	Tidak Valid
35	Jika bagian dari sebuah buku sulit dipahami, saya akan terus membacanya hingga menjadi jelas	0.511	0.361	Valid
36	Jika sebuah buku menggunakan kata-kata yang tidak saya ketahui, saya akan tetap mencoba memahami cerita utamanya	0.626	0.361	Valid
37	Saya berdiskusi dengan orang lain tentang bacaan yang saya baca	0.442	0.361	Valid
38	Saya menikmati ketika berdiskusi tentang bacaan dengan orang lain	0.565	0.361	Valid
39	Saya merekomendasikan bacaan kepada orang lain	0.431	0.361	Valid
40	Saya menerima rekomendasi bacaan dari orang lain	0.727	0.361	Valid
41	Saya merasa percaya diri saat membahas buku dengan orang lain	0.600	0.361	Valid
42	Saya memulai percakapan tentang buku dengan orang lain	0.735	0.361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.2, terdapat 4 butir pernyataan yang memiliki nilai r hitung $< r$ tabel (0.361) yaitu pada butir nomor 19, 25, 31, dan 34 sehingga dinyatakan tidak valid. Hal ini menunjukkan bahwa keempat pernyataan tersebut tidak memiliki hubungan kuat dengan total skor, sehingga tidak mampu mempresentasikan variabel yang diukur secara akurat. Pernyataan yang tidak valid berpotensi menimbulkan bias dalam pengukuran apabila tetap digunakan. Oleh karena itu, keempat butir tersebut dieliminasi dan tidak disertakan dalam pengujian berikutnya. Sedangkan untuk 20 butir pernyataan lainnya memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0.361) sehingga dapat dikatakan valid. Dengan demikian, total butir pernyataan secara keseluruhan adalah 38 butir. Butir pernyataan tersebut selanjutnya akan melewati uji reliabilitas dan dibagikan kepada 100 responden.

4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel. Kriteria reliabilitas menggunakan perbandingan nilai *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *software* SPSS. Variabel dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha atau nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0.7 . Hasil uji reliabilitas untuk variabel X dan Y dijelaskan pada Tabel 4.3 dan 4.4.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	18

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	20

Berdasarkan hasil pengujian, variabel X (Media Sosial) yang terdiri dari 18 butir pernyataan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.944. Sedangkan variabel Y yang terdiri dari 20 butir pernyataan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.869. Kedua variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0.7, sehingga dapat disimpulkan seluruh butir pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.1.5 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu melalui nilai t dan F, histogram, dan P-Plot. Berikut hasil uji normalitas dijelaskan pada Tabel 4.5 dan 4.6.

Tabel 4. 5 Tabel nilai T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.656	4.700		4.182	.000
	Media Sosial X	.775	.075	.724	10.394	.000
a. Dependent Variable: Reading Engagement						

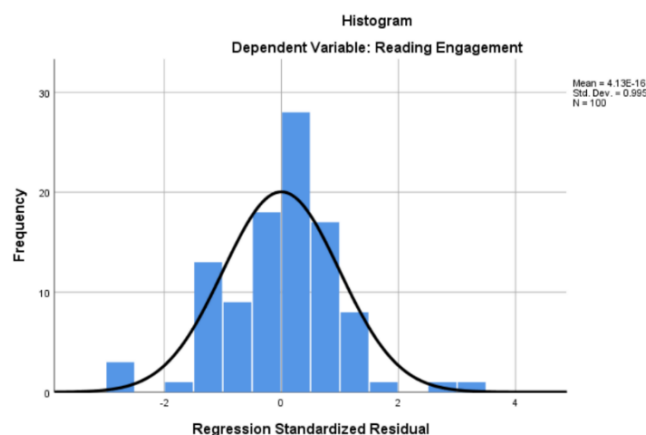
a. Dependent Variable: Reading Engagement

Tabel 4. 6 Tabel nilai F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2781.883	1	2781.883	108.044	.000 ^b
	Residual	2523.277	98	25.748		
	Total	5305.160	99			
a. Dependent Variable: Reading Engagement						
b. Predictors: (Constant), Media Sosial X						

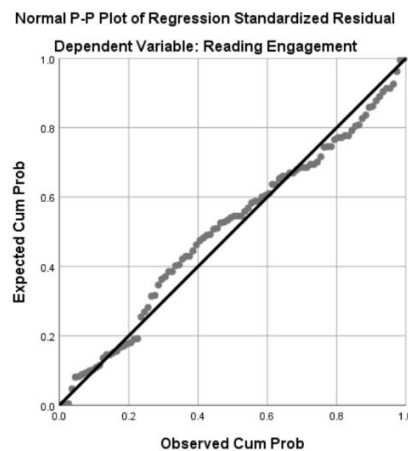
Berdasarkan *Coefficients*, diperoleh nilai t hitung untuk variabel media sosial X sebesar 10,394 dengan signifikansi 0,000. Sedangkan berdasarkan tabel ANOVA, diperoleh F hitung sebesar 108,044 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil keduanya menunjukkan signifikansi 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 maka hal tersebut menunjukkan asumsi normalitas residual terpenuhi.

Selanjutnya, hasil uji normalitas melalui grafik histogram menunjukkan bahwa distribusi data residual membentuk pola kurva lonceng (*bell shaped curve*) yang simetris dengan nilai *mean* rata-rata 4,13E-16 yang dimana mendekati 0 dengan standar deviasi sebesar 0,995 dan N=100. Pola distribusi tersebut mengindikasikan bahwa residual data terdistribusi normal.



Gambar 4. 5 Histogram Regresion Standardized Residual

Hasil ini diperkuat oleh Nomal P-Plot yang menunjukkan bahwa titik-titik data (*observed cum prob*) tersebar mengikuti dan berhimpitan dengan garis diagonal (*expected cum prob*) secara konsisten dari nilai 0,0 hingga 0,1. Pola penyebaran titik-titik data yang mengikuti garis diagonal tersebut mengindikasikan bahwa data berdistribusi normal.



Gambar 4. 6 P-Plot of Regresion Standardied Residual

Dengan demikian, berdasarkan ketiga pendekatan uji normalitas yang digunakan dapat disimpulkan data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas sehingga layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya yaitu uji korelasi dan uji regresi linear sederhana

4.1.6 Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang linear atau tidak pada masing-masing variabel. Variabel bebas dan variabel terkait dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila nilai signifikansi (*sig.diviation from linearity*) > 0.05 . Sebaliknya, apabila nilai signifikansi kurang dari 0.05 dapat disimpulkan tidak ada hubungan yang linear antar kedua variabel. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	3577.006	22	162.591	7.244	.000
		Linearity	2781.883	1	2781.883	123.950	.000
		Deviation from Linearity	795.124	21	37.863	1.687	.051
	Within Groups		1728.154	77	22.444		
	Total		5305.160	99			

Berdasarkan Tabel 4.6, hasil uji lienaritas nilai signifikansi (*sig.diviation from linearity*) sebesar 0.051. Nilai tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat penyimpangan dari linearitas. Dengan demikian,

hubungan variabel X (media sosial X) dan variabel Y (*reading engagement*) bersifat linear.

4.1.7 Deskripsi Data Penelitian

Setelah seluruh data penelitian terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis deskriptif. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai distribusi data pada masing-masing variabel penelitian.

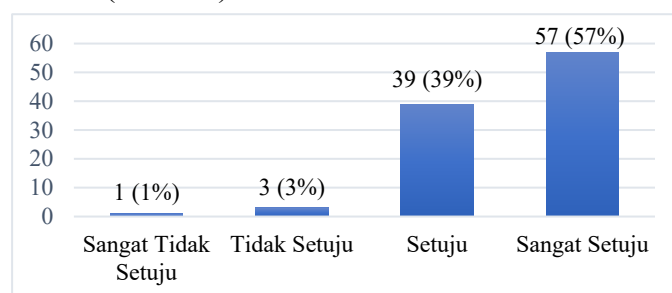
4.1.7.1 Deskripsi Data Variabel X (Media Sosial X @basebuku)

Variabel X pada penelitian ini yaitu variabel media sosial yang diukur dengan lima indikator menurut teori Mayfield yang menyatakan media sosial memiliki lima karakteristik diantaranya partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan saling terhubung (Mayfield, 2008). Kelima indikator tersebut, dijabarkan ke dalam 18 pernyataan yang kemudian dikelompokkan ke dalam masing-masing indikator sebagai berikut:

a. Indikator Partisipasi

Partisipasi diartikan sebagai partisipasi pengguna media sosial dalam terlibat dan memberikan umpan balik secara langsung sehingga dapat mengakibatkan kaburnya batasan antara media dan pengguna. Pada indikator partisipasi diwakili oleh empat pernyataan yang harus dijawab oleh responden antara lain:

1. Saya tertarik mengunjungi akun @basebuku setelah melihat postingan atau konten di beranda (*timeline*).

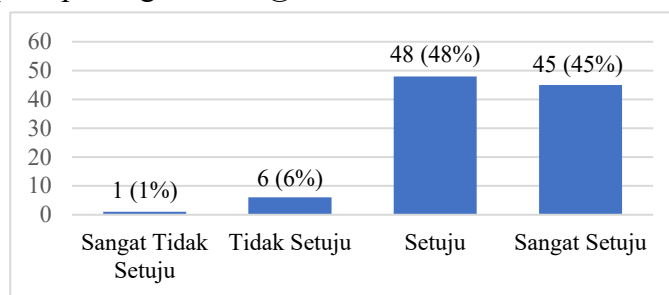


Gambar 4. 7 Distribusi Jawaban Responden tentang Respon Pengguna terhadap Konten di Beranda

Berdasarkan Gambar 4.7, sebagian besar responden memilih skor 4 sebanyak 57% (57 responden), diikuti skor 3 sebanyak 39% (39 responden).

Sementara itu, responden yang memilih skor 2 sebanyak 3% (3 responden) dan skor 1 sebanyak (1 responden). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki ketertarikan untuk mengunjungi akun setelah melihat postingan pada beranda (*timeline*). Ketertarikan tersebut juga dapat memicu pengguna untuk mengeksplorasi lebih lanjut serta meningkatkan peluang terjadinya interaksi yang lebih mendalam, seperti melihat postingan terbaru, mengikuti akun, maupun berinteraksi dengan konten lainnya yang relevan dengan minat pengguna. Tingkat relevansi konten berperan dalam memengaruhi kecenderungan pengguna untuk melakukan interaksi lanjutan.

2. Saya tertarik untuk memberikan tanggapan dengan menggunakan fitur *like*/*bookmark* pada postingan akun @basebuku.

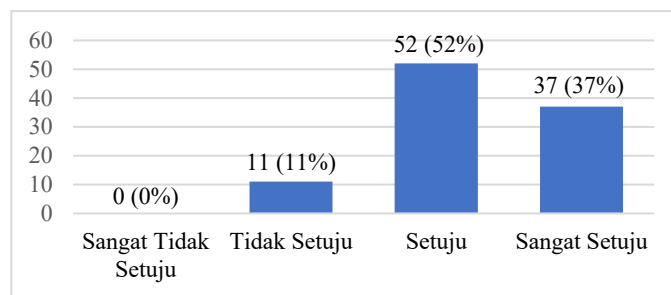


Gambar 4. 8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Ketertarikan Menggunakan Fitur *Like/Bookmark* pada Postingan @basebuku

Pada Gambar 4.8 dapat dilihat bahwa 48 (48%) responden memberikan skor 3, diikuti dengan 45 responden (45%) yang memberikan skor 4. Sementara itu, sebagian kecil responden memberikan skor 2 sebanyak 6 (6%), dan hanya 1 responden (1%) yang memilih skor 1. Dengan demikian mayoritas responden cenderung menyetujui pernyataan tersebut. Kecenderungan tersebut mengindikasikan bahwa interaksi oleh pengguna lebih banyak berada pada kategori pasif seperti memberikan tanda suka (*like*) atau menyimpan postingan (*bookmark*). Bentuk interaksi ini umumnya tidak memerlukan upaya yang besar dari pengguna, sehingga mudah dilakukan dalam aktivitas sehari-hari. Berdasarkan wawancara acak dengan pengikut akun tersebut diketahui bahwa setelah mengirimkan pesan anonim (*menfess*), pengguna tidak selalu menerima notifikasi balasan. Oleh karena

itu, mereka memanfaatkan fitur suka (*like*) atau favorit (*bookmark*) sebagai alternatif untuk menandai postingan, sehingga dapat dengan mudah mengakses kembali atau memantau tanggapan dari pengguna lain. Selain itu, penggunaan kedua fitur tersebut juga dipengaruhi oleh tingkat relevansi postingan dengan minat pengguna, serta sebagai penanda untuk memudahkan pengguna dalam mengakses kembali postingan pada waktu luang. Temuan tersebut menandakan selain sebagai bentuk interaksi pasif, fitur like dan bookmark juga dimanfaatkan sebagai alat bantu dalam pengelolaan informasi oleh pengguna.

3. Saya merasa terdorong untuk memberikan umpan balik terhadap postingan akun @basebuku melalui interaksi seperti komentar, *re-tweet*, dan kutip tweet.

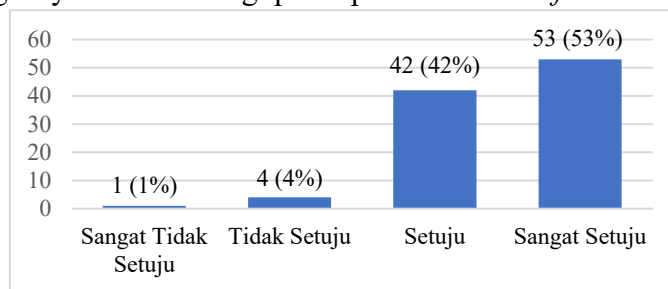


Gambar 4. 9 Distribusi Jawaban Responden tentang Tingkat Dorongan Memberikan Umpan Balik melalui Fitur Interaksi

Berdasarkan Gambar 4.9 sebagian besar responden memilih skor 3 sebesar 52% (52 responden), diikuti skor 4 sebesar 37% (37 responden). Di sisi lain, responden yang memberikan skor 2 sebesar 11% (11 responden), dan tidak ada responden (0%) yang memilih skor 1. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung menyetujui adanya dorongan untuk memberikan umpan balik secara aktif melalui fitur yang tersedia. Kecenderungan tersebut mengindikasikan bahwa pengguna tidak hanya terlibat dalam interaksi pasif, tetapi juga menunjukkan interaksi aktif, seperti memberikan komentar, membalas, atau membagikan ulang postingan anonim yang diunggah. Postingan anonim umumnya berisi opini, pengalaman, atau pernyataan yang membuka ruang diskusi di antara pengikut akun. Hal ini menyebabkan pengguna tidak hanya berperan

sebagai pembaca, tetapi juga terdorong untuk memberikan umpan balik melalui fitur interaksi yang tersedia. Namun demikian, dominasi pada skor 3 menunjukkan bahwa dorongan untuk berinteraksi secara aktif masih berada pada tingkat moderat. Artinya, meskipun *menfess* memiliki potensi untuk memicu diskusi, tidak semua pengguna secara konsisten terlibat aktif dalam memberikan tanggapan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti tingkat kenyamanan dalam berpendapat, sensitivitas isi *menfess*, maupun preferensi pengguna yang lebih memilih menjadi pengamat. Secara keseluruhan, konten *menfess* memiliki peran yang cukup signifikan dalam mendorong interaksi aktif di antara pengguna terutama karena sifatnya yang anonim dan relevan dengan pengalaman pengguna.

4. Saya merasa anonimitas pada akun @basebuku dapat memberikan ruang nyaman bagi saya untuk berbagi pendapat melalui *menfess*.



Gambar 4. 10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kenyamanan Berbagi Pendapat secara Anonim melalui Akun *Menfess* @basebuku

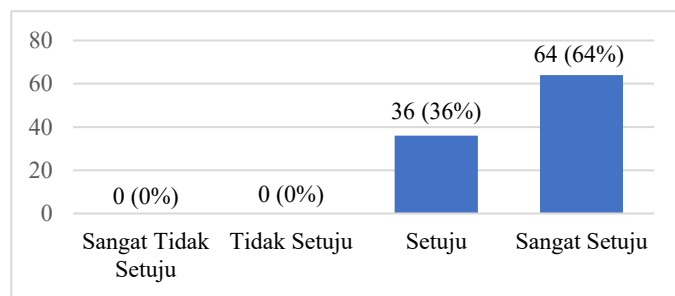
Berdasarkan Gambar 4.10, mayoritas responden memilih skor 4 sebesar 53% (53 responden), kemudian diikuti oleh skor 3 sebanyak 42% (42 responden). Sementara itu, skor 2 sebanyak 4% (4 responden) dan skor 1 sebanyak 1% (1 responden). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa nyaman untuk berbagi pendapat dengan menggunakan konsep anonim pada akun @basebuku. Tingginya persentase pada skor 4 mengindikasikan bahwa anonimitas memberikan rasa aman bagi pengguna dalam mengekspresikan opini, terutama terhadap hal-hal yang bersifat personal, sensitif, atau berpotensi menimbulkan penilaian dari orang lain. Di sisi lain, sebagian kecil responden memberikan skor rendah yang menunjukkan bahwa masih terdapat pengguna yang kurang nyaman dengan sistem anonim. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa

penggunaan konsep anonim dalam konten *menfess* memiliki kontribusi yang signifikan dalam mendorong pengguna untuk berbagi pendapat. Anonimitas tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan identitas, tetapi juga sebagai faktor yang mendukung terciptanya komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif di kalangan pengguna.

b. Indikator Keterbukaan

Keterbukaan diartikan sebagai media sosial bersifat terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana seperti voting, berbagi, dan pencarian. Selain itu, media sosial terbuka bagi pengguna dalam mengakses dan memanfaatkan konten. Pada indikator keterbukaan diwakili oleh empat pernyataan yang harus dijawab oleh responden, antara lain:

5. Saya merasa mudah mengakses postingan akun @basebuku.

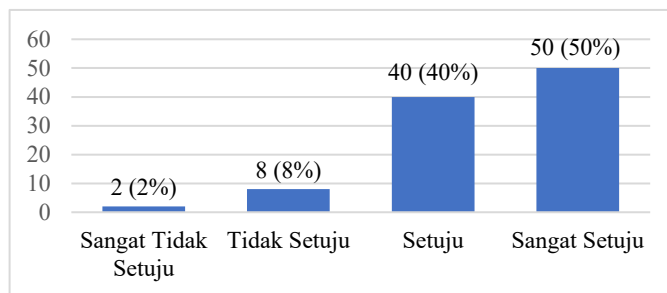


Gambar 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Kemudahan Mengakses Postingan Akun @basebuku

Dilihat pada Gambar 4.11 mayoritas responden memilih skor 4 sebesar 64% (64 responden), kemudian diikuti oleh responden yang memilih skor 3 sebesar 36% (36 responden). Sementara itu, tidak terdapat responden yang memberikan skor 2 maupun skor 1. Distribusi jawaban tersebut menunjukkan bahwa responden merasakan kemudahan mengakses postingan akun @basebuku. Dominasi skor 4 mengindikasikan sebagian besar responden merasakan tingkat kemudahan yang tinggi dalam mengakses postingan yang disajikan. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut mampu menghadirkan sistem yang mudah dijangkau oleh pengikutnya seperti kemudahan untuk mengirimkan pesan anonim. Tidak adanya respon negatif (skor 1 dan 2) juga menjadi indikator bahwa hambatan dalam mengakses postingan relatif tidak dirasakan oleh

pengguna. Selain itu, kemudahan akses berpotensi memperkuat keterlibatan dan mendukung terbentuknya interaksi pengguna media sosial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam mengakses postingan merupakan salah satu faktor pendukung dalam mendorong keterlibatan yang lebih tinggi terhadap postingan.

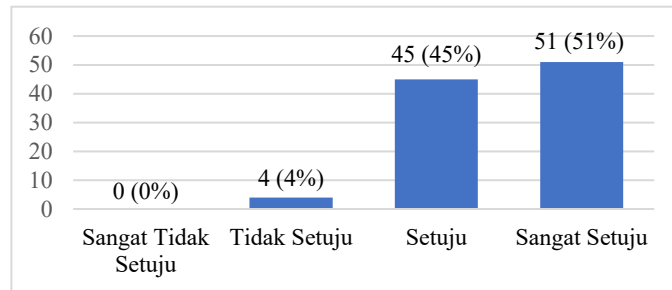
6. Fitur pencarian pada akun @basebuku memudahkan saya menemukan informasi atau topik yang saya butuhkan.



Gambar 4. 12 Distribusi Jawaban Responden tentang Efektivitas Fitur Pencarian dalam Mengakses Informasi pada Akun @basebuku

Berdasarkan Gambar 4.12 sebagian besar memilih skor 4 sebesar 50% (50 responden), skor 3 sebanyak 40% (40), skor 2 sebanyak 8% (8), dan yang terakhir skor 1 sebanyak 2% (2). Dominasi skor 3 dan 4 mengindikasikan bahwa fitur pencarian cukup efektif dalam membantu pengguna menemukan informasi yang dibutuhkan pada akun tersebut. Kemudahan ini dapat berkaitan dengan kemampuan pengguna dalam menelusuri konten *menfess* secara lebih cepat dan terarah, terutama ketika mencari topik atau informasi tertentu yang relevan dengan kebutuhan mereka. Meskipun demikian terdapat juga sebagian kecil responden yang mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan fitur pencarian (pada skor 2 dan 3). Hal ini dapat dipengaruhi oleh keterbatasan sistem pencarian berdasarkan karakteristik konten *menfess* yang cenderung beragam dan tidak terstruktur. Secara keseluruhan, fitur pencarian pada akun basebuku telah berperan dalam mempermudah akses informasi pengguna.

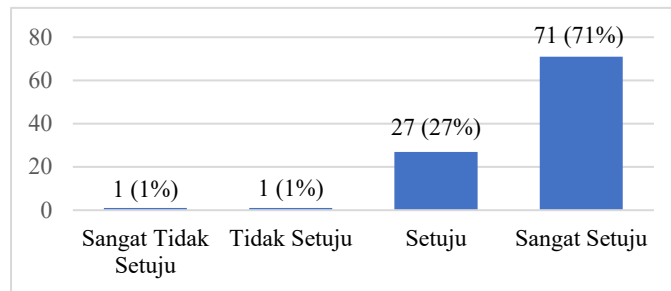
7. Saya merasa mudah untuk berbagi postingan @basebuku kepada pengguna lain.



Gambar 4. 13 Distribusi Jawaban Responden tentang Kemudahan Berbagi Postingan Akun @basebuku

Dilihat dari Gambar 4.13 sebanyak 51% (51 responden) memilih skor 4, 45% (45 responden) memilih skor 3, 4% (4 responden) memilih skor 2 dan tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi skor 3 dan 4 mengindikasikan bahwa responden tidak mengalami hambatan dalam membagikan postingan anonim atau *menfess*. Selain membagikan postingan anonim yang informatif pengguna juga kerap kali membagikan *menfess* sebagai bentuk mengekspresikan dirinya dalam bentuk opini sehingga mendorong kecenderungan untuk membagikannya kepada orang lain. Kemudahan berbagi didukung oleh berbagai fitur, seperti berbagi (*share*), re-tweet, dan kutip tweet yang memungkinkan pengguna untuk menyebarkan konten secara cepat dan luas. Selain itu, proses pengiriman pesan anonim yang relatif sederhana, yaitu dengan menuliskan opini atau informasi yang kemudian diposting secara otomatis, turut memperkuat kemudahan dalam berbagi konten kepada pengguna lain. Namun, isi pesan anonim tersebut harus sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan oleh pengelola akun. Peraturan tersebut dibuat untuk menghindari postingan yang tidak sesuai topik dan bersifat kontroversial. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam berbagi postingan membuat pengguna tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang berperan aktif dalam menyebarkan informasi kepada pengguna lainnya.

8. Saya terbuka untuk menerima informasi terkait buku dari akun @basebuku.



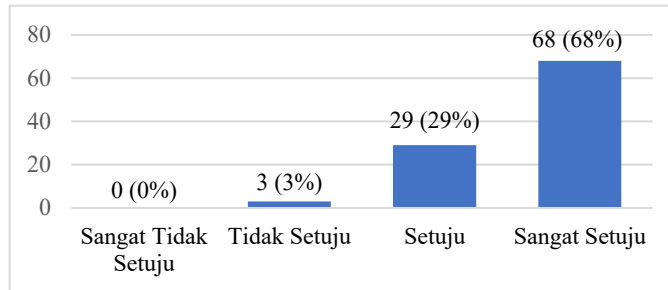
Gambar 4. 14 Distribusi Jawaban Responden tentang Penerimaan Informasi terkait Bacaan pada Akun @basebuku

Berdasarkan Gambar 4.14, mayoritas responden memilih skor 4 dengan persentase sebesar 71% (71 responden), kemudian diikuti oleh skor 3 sebesar 27% (27 responden). Di sisi lain, skor 2 dan 1 masing-masing dipilih oleh 1% (1 responden). Dominasi skor 4 dan 3 mencerminkan bahwa responden sangat terbuka untuk menerima informasi terkait bacaan dari orang lain. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat keterbukaan yang tinggi terhadap berbagai informasi yang dibagikan, baik berupa rekomendasi, ulasan, maupun pengalaman membaca. Sementara, sebagian kecil responden pada skor 2 dan 1 menunjukkan bahwa masih terdapat responden yang kurang terbuka terhadap informasi terkait buku dari orang lain, sehingga terdapat variasi tingkat penerimaan informasi antar responden. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keterbukaan pengguna dalam menerima informasi terkait bacaan dari akun @basebuku tergolong tinggi. Keterbukaan ini juga berpotensi untuk mendorong terbentuknya pola berbagi informasi antar pengguna, khususnya dalam kegiatan literasi.

c. Indikator Percakapan

Pada indikator percakapan dapat diartikan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi atau percakapan dua arah baik. Percakapan dapat ditemui dalam fitur komentar atau *reply* dan DM (*Direct Message*). Indikator percakapan diwakili oleh tiga butir pernyataan, antara lain:

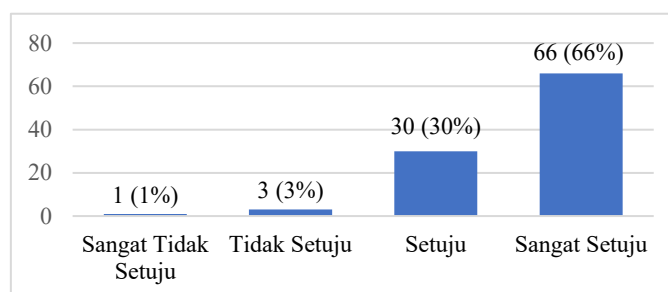
9. Saya merasa kolom komentar atau fitur reply pada akun @basebuku mendukung terjadinya interaksi dengan pengikut lain.



Gambar 4. 15 Distribusi Jawaban Responden tentang Interaksi Aktif Pengikut Akun @basebuku

Pada Gambar 4.15 dapat dilihat 68% (68 responden) memilih skor 4, lalu 29% (29 responden) memilih skor 3, dan 3% (3 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi jawaban pada skor 4 menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan adanya interaksi dengan pengguna lain melalui kolom komentar atau reply pada akun @basebuku. Dalam konteks *menfess*, hal ini sejalan dengan karakteristik konten yang sering kali relevan dengan pengalaman pengguna, sehingga mendorong munculnya tanggapan serta interaksi lanjutan dalam bentuk percakapan. Dengan demikian, dapat disimpulkan akun @basebuku tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan anonim, tetapi juga sebagai ruang diskusi yang memungkinkan terjadinya pertukaran pendapat antar pengguna.

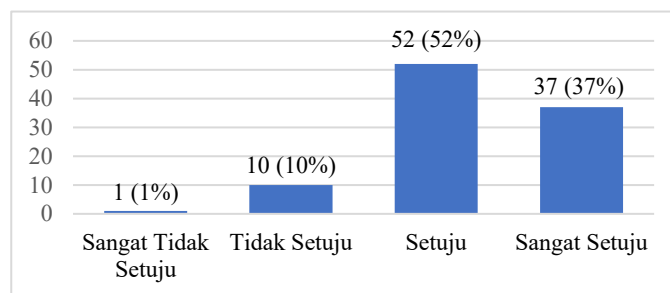
10. Melalui akun @basebuku saya merasa mudah untuk bertanya mengenai informasi terkait bacaan dan aktivitas membaca



Gambar 4. 16 Distribusi Jawaban Responden tentang Kemudahan Mencari Informasi Bacaan Maupun Aktivitas Membaca melalui Akun @basebuku

Berdasarkan Gambar 4.16, mayoritas responden memilih skor 4 dengan persentase 66% (66 responden), disusul oleh skor 3 sebesar 30% (30 responden). Sementara itu, 3% (3 responden) memilih skor 2 dan yang terakhir 1% (1 responden) memilih skor 1. Distribusi jawaban tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan kemudahan dalam bertanya atau berbagi pengalaman mengenai informasi bacaan dan aktivitas membaca melalui akun @basebuku. Proses pengiriman *menfess* yang sederhana juga memudahkan pengguna untuk menyampaikan pertanyaan maupun mencari informasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam bertanya melalui akun @basebuku menunjukkan bahwa konten *menfess* berperan sebagai media yang mendukung pertukaran informasi dan pengalaman terkait bacaan secara interaktif.

11. Saya menilai percakapan yang terjadi pada akun @basebuku bersifat dua arah.



Gambar 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Interaksi Dua Arah pada Akun @basebuku

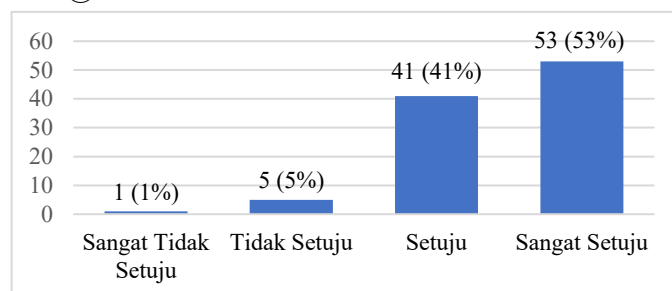
Dilihat dari Gambar 4.17 sebagian besar responden memilih skor 3 sebesar 52% (52 responden), diikuti skor 4 sebesar 37% (37 responden). Di sisi lain, responden yang memberikan skor 2 sebesar 10% (10 responden) dan skor 1 sebesar 1% (1 responden). Hasil tersebut menunjukkan responden cenderung menyetujui bahwa akun @basebuku telah menciptakan ruang interaksi yang memungkinkan terjadinya percakapan dua arah. Dalam konteks *menfess*, pesan anonim yang diunggah berperan sebagai pemicu awal interaksi aktif. Ketika pesan tersebut mendapatkan tanggapan dan balasan berulang dari pengguna lain, maka interaksi tersebut berkembang

menjadi percakapan dua arah yang membentuk diskusi antar pengguna. Namun, sebagian kecil responden belum sepenuhnya merasakan adanya interaksi dua arah, karena intensitas interaksi timbal balik pada konten *menfess* dapat bervariasi tergantung pada topik yang dibahas serta tingkat partisipasi pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa akun @basebuku telah menciptakan ruang komunikasi yang interaktif dan partisipatif bagi pengikutnya, terutama dalam hal pertukaran informasi terkait bacaan dan aktivitas membaca.

d. Indikator Komunitas

Dalam konteks media sosial, komunitas merujuk pada kelompok individu yang terbentuk berdasarkan kesamaan minat dan ketertarikan terhadap suatu topik tertentu. Pada indikator komunitas diwakili oleh tiga pernyataan, antara lain:

12. Saya merasa memiliki kesamaan minat dengan pengguna lain yang mengikuti akun @basebuku.

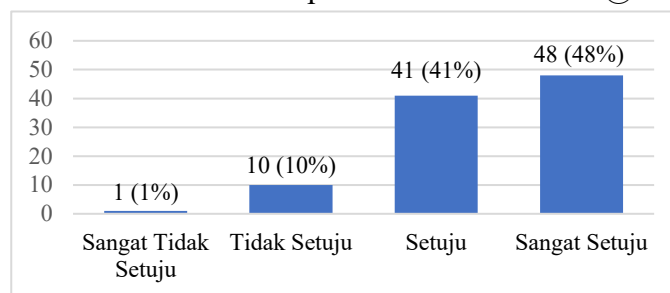


Gambar 4. 18 Distribusi Jawaban Responden tentang Kesamaan Minat Pengikut

Berdasarkan Gambar 4.18, skor 4 dipilih oleh 53% (53 responden), kemudian skor 3 dipilih oleh 41% (41 responden). Sementara itu, skor 2 dipilih oleh 5% (5 responden) dan skor 1 dipilih oleh 1% (1 responden). Dilihat dari jawaban responden sebagian besar menyetujui adanya kesamaan minat dengan pengikut @basebuku lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa konten yang disajikan dalam bentuk *menfess* memiliki relevansi yang tinggi dengan preferensi dan ketertarikan pengguna. Kesamaan minat berperan dalam menciptakan rasa keterhubungan antar pengguna, sehingga mendorong munculnya interaksi. Selain itu, kesamaan minat juga berperan dalam terbentuknya komunitas

yang memiliki ketertarikan yang sama khususnya dalam hal bacaan dan aktivitas membaca. Namun, tingkat kesamaan minat yang dirasakan dapat bervariasi antar individu, tergantung pada preferensi masing-masing pengguna terhadap jenis bacaan atau topik yang dibahas. Oleh karena itu, meskipun sebagian besar responden merasakan adanya kesamaan minat, masih terdapat sebagian kecil responden yang belum merasakan hal tersebut.

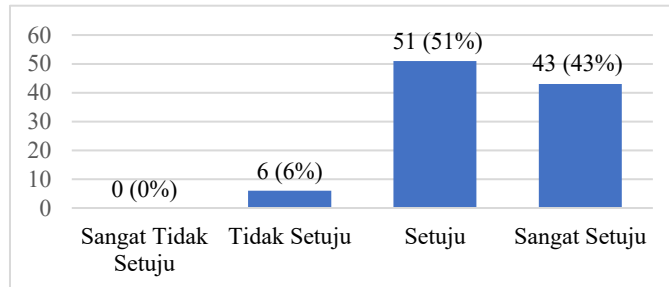
13. Saya dapat menemukan komunitas pembaca melalui akun @basebuku.



Gambar 4. 19 Distribusi Jawaban Responden dalam Menemukan Komunitas Pembaca Melalui Akun @basebuku

Berdasarkan Gambar 4.19, mayoritas responden memilih skor 4 dengan persentase 48% (48 responden), disusul oleh skor 3 sebesar 41% (41 responden). Sementara itu, 10% (10 responden) memilih skor 2 dan yang terakhir 1% (1 responden) memilih skor 1. Temuan ini menunjukkan bahwa akun @basebuku berperan dalam memfasilitasi pengguna untuk menemukan komunitas pembaca. Selain itu, terdapat konten *menfess* yang memuat ajakan untuk bergabung dalam komunitas baca tertentu, sehingga memudahkan pengguna dalam menemukan dan terhubung dengan yang memiliki kesamaan minat. Hal ini mengindikasikan bahwa akun @basebuku tidak hanya sebagai media interaksi, tetapi juga berperan sebagai penghubung yang mengarahkan pengguna ke dalam komunitas yang lebih terorganisasi.

14. Saya merasa didukung oleh pengikut lain akun @basebuku dalam aktivitas membaca.



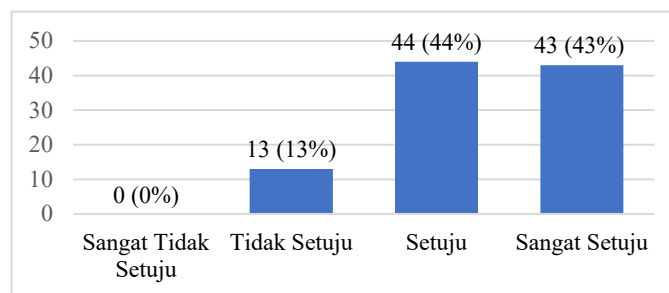
Gambar 4. 20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dukungan Pengikut Lain dalam Aktivitas Membaca

Pada Gambar 4.20 dapat dilihat 51% (51 responden) memilih skor 3, lalu 43% (43 responden) memilih skor 4, dan 6% (6 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Tingginya persentase pada skor 4 dan 3 mencerminkan bahwa responden merasakan adanya dukungan yang tercipta antar pengikut akun @basebuku. Dalam konten *menfess*, dukungan antar pengguna tidak hanya muncul melalui tanggapan atau komentar, tetapi juga melalui aktivitas bersama seperti *reading challenge* yang diselenggarakan dalam periode tertentu. Kegiatan ini memungkinkan pengguna untuk saling berbagi proses membaca, memberikan motivasi, serta menciptakan rasa kebersamaan dalam aktivitas membaca. Dukungan yang terbentuk melalui interaksi dan aktivitas bersama menunjukkan bahwa akun @basebuku tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga berperan sebagai ruang sosial yang mendorong keberlanjutan dalam aktivitas membaca.

e. Indikator Saling Terhubung

Indikator saling terhubung diartikan pengguna dapat terhubung dengan situs web, sumber daya, pengguna lain, serta *platform* media sosial lainnya melalui tautan. Konsep saling terhubung memudahkan keterhubungan dalam konteks menemukan informasi. Pada indikator saling terhubung diwakili dengan empat pernyataan, antara lain:

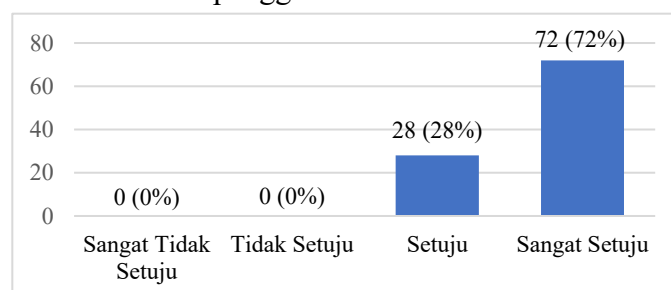
15. Saya merasa terhubung dengan pengguna lain melalui akun @basebuku.



Gambar 4. 21 Distribusi Jawaban Responden tentang Keterhubungan dengan Pengguna Lain Melalui Akun @basebuku

Berdasarkan Gambar 4.21 dapat dilihat 44% (44 responden) memilih skor 3, lalu 43% (43 responden) memilih skor 4, dan 13% (13 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung merasa terhubung dengan pengguna lain melalui akun @basebuku. Dalam temuan ini mengindikasikan interaksi yang terjadi melalui konten *menfess*, komentar, dan *reply* mampu menciptakan rasa keterhubungan di antara pengguna. Namun, masih terdapat sebagian responden yang memberikan skor 2, yang menunjukkan bahwa tidak semua pengguna merasakan keterhubungan tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat keaktifan pengguna, intensitas interaksi, serta relevansi konten dengan minat masing-masing individu. Dengan demikian, disimpulkan bahwa akun @basebuku telah menciptakan keterhubungan antar pengguna, meskipun tingkat keterhubungan tersebut masih bervariasi.

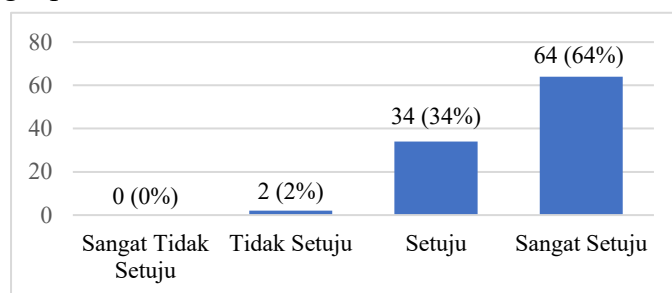
16. Melalui akun @basebuku saya dapat mengetahui berbagai sudut pandang tentang aktivitas membaca pengguna lain.



Gambar 4. 22 Distribusi Jawaban Responden tentang Keberagaman Prespektif Pengguna dalam Aktivitas Membaca

Dilihat dari Gambar 4.22 sebagian besar responden memilih skor 4 sebesar 72% (72 responden), diikuti skor 3 sebesar 28% (28 responden). Sementara itu, tidak terdapat responden yang memberikan skor 2 maupun skor 1. Dominasi skor 4 menunjukkan bahwa konten dalam bentuk *menfess*, mampu menghadirkan beragam perspektif yang berasal dari pengalaman, opini, maupun preferensi bacaan pengguna. Pada akun @basebuku memungkinkan pengguna untuk tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga memahami cara pandang yang berbeda terhadap suatu bacaan atau aktivitas membaca. Pesan anonim dapat mempresentasikan pengalaman yang berbeda, sehingga dapat menambah wawasan pengguna lain yang membacanya. Dengan demikian, akun @basebuku dapat berperan dalam menyediakan ruang yang memungkinkan pengguna untuk berbagi sudut pandang terkait aktivitas membaca, sehingga dapat memperkaya pemahaman dan pengalaman membaca.

17. Interaksi yang terjadi di akun @basebuku membuat saya merasa tidak sendiri sebagai pembaca.

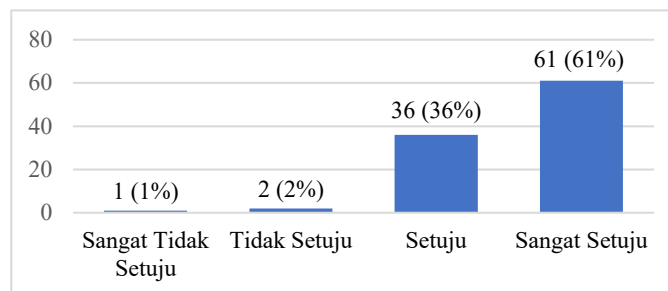


Gambar 4. 23 Distribusi Jawaban Responden tentang Rasa Kebersamaan Pembaca pada Akun @basebuku

Pada Gambar 4.23 dapat dilihat 64% (64 responden) memilih skor 4, lalu 34% (34 responden) memilih skor 3, dan 2% (2 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa sebagian besar responden merasa bahwa interaksi yang terjadi pada akun @basebuku membuat mereka tidak merasa sendiri sebagai pembaca. Interaksi melalui *menfess*, komentar, maupun *reply* memungkinkan pengguna tidak hanya berinteraksi secara individual, tetapi juga merasakan adanya kehadiran pengguna lain. Selain itu, pesan anonim

yang dibagikan sering kali menggambarkan pengalaman atau perasaan yang sama, sehingga pengguna lain dapat merasa terhubung secara emosional. Kondisi ini mendorong terbentuknya rasa kebersamaan di mana pengguna merasa menjadi bagian dari kelompok pembaca yang memiliki pengalaman dan minat yang serupa. Dengan demikian, akun @basebuku tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi informasi, tetapi juga menciptakan rasa kebersamaan antar pengguna, sehingga pengguna tidak merasa sendiri dalam aktivitas membaca.

18. Akun @basebuku membantu saya terhubung dengan informasi seputar buku yang saya minati.



Gambar 4. 24 Distribusi Jawaban Responden tentang Akses Informasi Buku Sesuai Minat melalui Akun @basebuku

Berdasarkan Gambar 4.24, mayoritas responden memilih skor 4 sebesar 61% (61 responden), kemudian diikuti oleh skor 3 sebanyak 36% (36 responden). Sementara itu, skor 2 sebanyak 2% (2 responden) dan skor 1 sebanyak 1% (1 responden). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyetujui bahwa akun @basebuku membantu mereka terhubung dengan informasi seputar buku yang diminati. Informasi tersebut diperoleh dari berbagai postingan yang berisi rekomendasi, pengalaman membaca, serta diskusi terkait buku, sehingga memudahkan pengguna dalam menemukan informasi yang sesuai dengan preferensinya. Selain itu, keterhubungan dengan informasi tidak hanya bersifat satu arah saja, tetapi juga terbentuk melalui interaksi antar pengguna. Tanggapan berupa komentar atau *reply* yang muncul pada konten *menfess* juga turut memperkaya informasi yang diterima, tidak hanya informasi dasar tetapi juga perspektif tambahan dari pengguna lain. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa akun @basebuku berperan dalam memfasilitasi keterhubungan informasi bacaan yang sesuai dengan minatnya, serta mendukung proses pencarian dan pertukaran informasi secara interaktif.

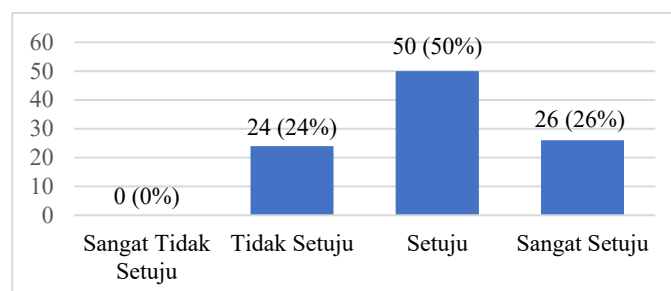
4.1.7.2 Deskripsi Data Variabel Y (Reading Engagement)

Variabel Y pada penelitian ini yaitu variabel *reading engagement* yang diukur menggunakan skala yang dikembangkan oleh McGeown & Smith (2024), yang mengacu pada teori Lee *et al.*, (2021). Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa seseorang dikatakan terlibat dalam aktivitas membaca apabila menunjukkan keterlibatan pada aspek, yaitu perilaku, afektif, kognitif, dan sosial. Keempat indikator tersebut, dijabarkan ke dalam 20 pernyataan yang kemudian dikelompokkan ke dalam masing-masing indikator sebagai berikut:

a. Indikator Perilaku

Keterlibatan perilaku atau *Behavioral Engagement* mencerminkan perilaku seseorang ketika membaca. Aspek ini mencakup frekuensi, durasi, tujuan membaca. Indikator perilaku diwakili oleh lima butir pernyataan, antara lain:

1. Saya dapat membaca dalam durasi yang cukup lama tanpa terganggu oleh aktivitas lain.

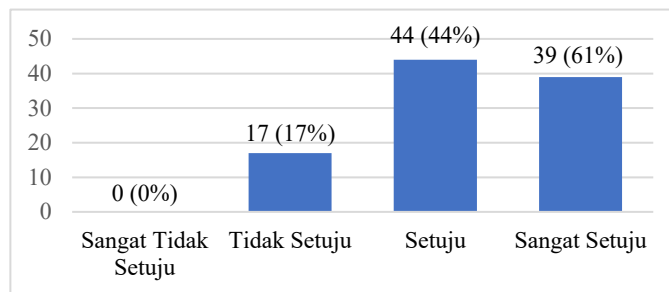


Gambar 4. 25 Distribusi Jawaban Responden tentang Konsistensi Durasi Membaca

Berdasarkan Gambar 4.25 dapat dilihat 50% (50 responden) memilih skor 3, lalu 26% (26 responden) memilih skor 4, dan 24% (24 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dari distribusi tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung mampu membaca dalam durasi yang lama tanpa terganggu oleh aktivitas lain. Dominasi dari skor 3 mengindikasikan bahwa kemampuan responden dalam mempertahankan durasi membaca berada pada tingkat sedang. Artinya,

walaupun responden memiliki kecenderungan untuk tetap fokus saat membaca, kondisi tersebut belum konsisten pada tingkat tinggi. Namun, di sisi lain masih terdapat sebagian responden yang mengalami gangguan dalam mempertahankan fokus membaca. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai distraksi baik berasal dari lingkungan maupun kebiasaan individu. Dapat disimpulkan bahwa kemampuan responden dalam menjaga durasi dan fokus membaca masih bervariasi antar individu.

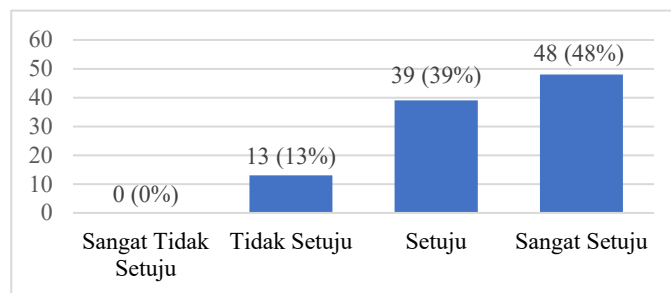
2. Saya meluangkan waktu khusus untuk membaca meskipun memiliki kesibukan lain



Gambar 4. 26 Distribusi Jawaban Responden tentang Prioritas Waktu Membaca

Berdasarkan Gambar 4.26 dapat dilihat 61% (61 responden) memilih skor 4, kemudian 44% (44 responden) memilih skor 3, dan 17% (17 responden) memilih skor 2. Dominasi skor 4 mengindikasikan bahwa aktivitas membaca telah menjadi salah satu prioritas bagi sebagian besar responden. Hal ini menunjukkan adanya upaya yang cukup kuat dari responden untuk tetap menyediakan waktu membaca di tengah-tengah kesibukan lainnya. Tidak adanya responden yang memilih skor 1 menunjukkan bahwa secara umum responden tetap memiliki kecenderungan untuk meluangkan waktu membaca. Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki komitmen untuk meluangkan waktu untuk membaca di tengah kesibukan, meskipun konsistensi dalam pelaksanaannya masih bervariasi.

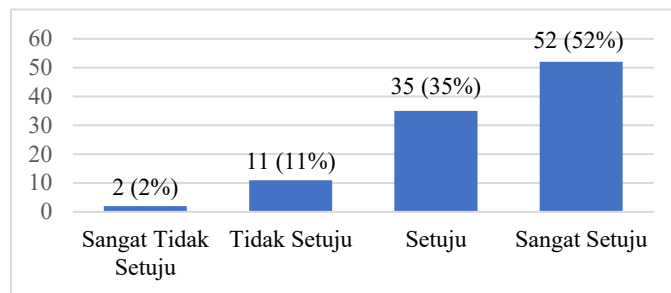
3. Membaca merupakan bagian dari rutinitas harian atau mingguan saya.



Gambar 4. 27 Distribusi Jawaban Responden tentang Membaca sebagai Rutinitas

Gambar 4.27 dapat dilihat 48% (48 responden) memilih skor 4, lalu 39% (39 responden) memilih skor 3, dan 13% (13 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi skor 4 mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menjadikan membaca menjadi membaca sebagai bagian dari rutinitas baik secara harian maupun mingguan. Hal ini menunjukkan adanya kebiasaan membaca yang relatif konsisten, sehingga membaca tidak hanya dilakukan sesekali, tetapi menjadi bagian dari pola aktivitas berulang. Selain itu, keberadaan responden pada skor 2 menunjukkan bahwa walaupun sebagian responden memiliki kebiasaan membaca, masih terdapat responden yang mengalami kesulitan dalam menyesuaikan aktivitas membaca dengan kondisi waktu dan aktivitas yang dimiliki. Tidak adanya responden pada skor 1 juga menunjukkan bahwa secara umum responden masih berusaha untuk menjadikan membaca sebagai rutinitas meskipun dengan tingkat konsistensi yang berbeda. Maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas membaca telah menjadi kebiasaan yang cukup melekat pada sebagian besar responden, meskipun dengan tingkat konsistensi yang bervariasi.

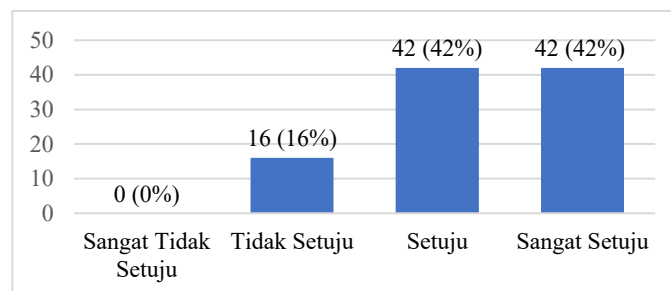
4. Saya membaca berbagai jenis bacaan (misalnya fiksi, nonfiksi, artikel panjang, buku akademik).



Gambar 4. 28 Distribusi Jawaban Responden tentang Keanekaragaman Jenis Bacaan

Berdasarkan Gambar 4.28, mayoritas responden memilih skor 4 sebesar 52% (52 responden), kemudian diikuti oleh skor 3 sebanyak 35% (35 responden). Sementara itu, skor 2 sebanyak 11% (11 responden) dan skor 1 sebanyak 2% (2 responden). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki kebiasaan membaca yang cukup beragam, mencakup berbagai jenis bacaan seperti fiksi, nonfiksi, artikel panjang, hingga buku akademik. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat eksplorasi bacaan yang baik sehingga dapat mendukung peningkatan literasi dan keterlibatan membaca.

5. Saya menyelesaikan bacaan yang telah saya mulai.



Gambar 4. 29 Distribusi Jawaban Responden tentang Komitmen dalam Menyelesaikan Bacaan

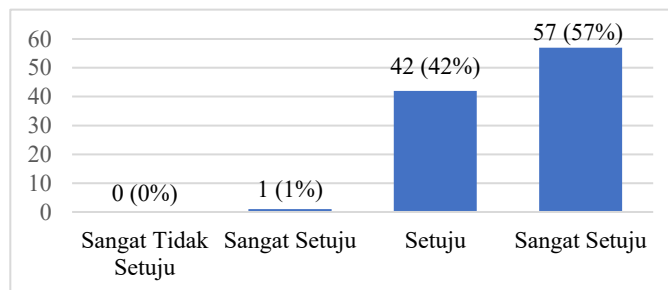
Pada Gambar 4.29 dapat dilihat skor 4 dan 3 dipilih masing-masing sebesar 42% (42 responden) dan skor 2 dipilih oleh 16% (16 responden). Sementara itu, tidak terdapat responden yang memilih skor 1. Distribusi jawaban tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mempunyai komitmen dalam aktivitas membaca. Mereka tidak hanya memulai bacaan tetapi juga berusaha untuk menyelesaikannya. Berdasarkan temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku responden sudah berada pada tingkat yang

baik, khususnya dalam aspek komitmen membaca yang merupakan bagian penting dari *reading engagement*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden tidak hanya memiliki minat terhadap membaca tetapi juga merealisasikannya dalam bentuk perilaku nyata.

b. Indikator Afektif

Keterlibatan afektif atau *affective engagement* mencerminkan kedalaman emosi atau perasaan yang dialami seseorang ketika membaca serta sejauh mana seseorang tertarik pada bacaan. Indikator afektif diwakili oleh lima butir pernyataan, antara lain :

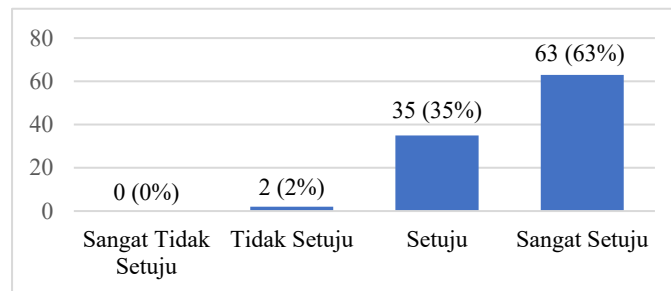
6. Membaca membuat saya menjadi relaks atau nyaman.



Gambar 4. 30 Distribusi Jawaban Responden tentang Dampak Aktivitas Membaca terhadap Perasaan Relaks atau Nyaman

Berdasarkan Gambar 4.30 dapat dilihat 57% (57 responden) memilih skor 4, lalu 42% (42 responden) memilih skor 3, dan 1% (1 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi skor 4 dan 3 menunjukkan sebagian besar responden menyetujui bahwa membaca merupakan kegiatan yang dapat membuat mereka merasa rileks atau nyaman. Hal ini terlihat dari adanya respons positif yang dirasakan, di mana membaca tidak hanya dilakukan sebagai sebuah aktivitas saja, tetapi juga memberikan efek emosional berupa rasa nyaman bagi sebagian besar responden. Perasaan nyaman tersebut dapat menjadi faktor pendorong yang memperkuat minat dan keberlanjutan dalam aktivitas membaca. Namun, masih terdapat responden yang belum sepenuhnya merasakan manfaat emosional dari aktivitas membaca. Dapat disimpulkan bahwa aktivitas membaca dapat memberikan efek emosional yang positif sehingga mendukung keterlibatan afektif responden dalam kegiatan membaca.

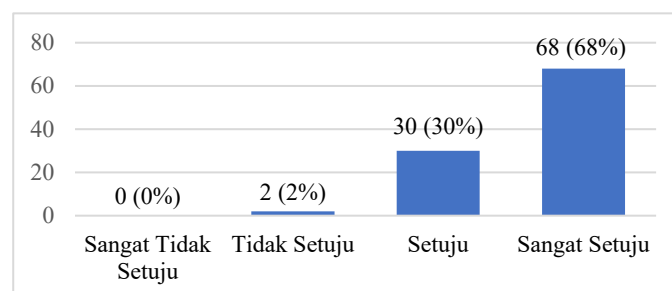
7. Saya merasa terhubung dengan karakter, cerita, atau topik dalam bacaan.



Gambar 4. 31 Distribusi Jawaban Responden tentang Keterlibatan Emosional dengan Karakter, Cerita, atau Topik Bacaan

Pada Gambar 4.31 dapat dilihat 63% (63 responden) memilih skor 4, kemudian 35% (35 responden) memilih skor 3, dan 2% (2 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi skor 4 menandakan mayoritas responden menyetujui bahwa mereka merasa terhubung dengan karakter, cerita, atau topik dalam bacaan. Temuan ini mencerminkan tingginya keterlibatan afektif responden, khususnya dalam keterhubungan emosional terhadap isi bacaan. Perasaan terhubung menunjukkan bahwa responden tidak hanya sekedar membaca saja, tetapi mampu merasakan kedekatan dengan unsur-unsur dalam bacaan, seperti karakter, alur cerita, maupun topik yang dibahas. Selain itu, keterhubungan juga dapat berupa keterterikan terhadap alur cerita maupun relevansi topik dengan pengalaman atau minat pribadi pembaca. Keterhubungan perasaan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas membaca dapat memberikan pengalaman yang lebih bermakna bagi pembaca.

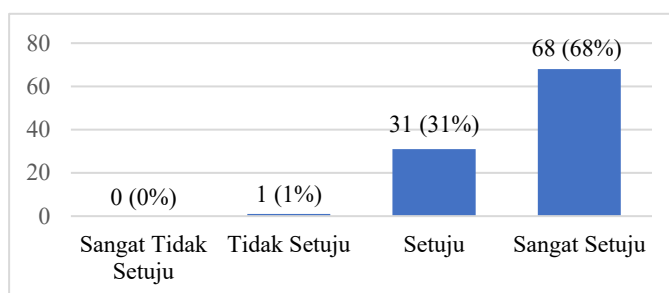
8. Saya peduli terhadap ide, tokoh, atau gagasan yang disampaikan dalam bacaan.



Gambar 4. 32 Distribusi Jawaban Responden tentang Kepedulian pada Ide, Tokoh, dan Gagasan dalam Bacaan

Berdasarkan Gambar 4.32 dapat dilihat 68% (68 responden) memilih skor 4, diikuti oleh 30% (30 responden) memilih skor 3, serta 2% (2 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi skor 4 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa mereka memiliki kepedulian terhadap ide, tokoh, maupun gagasan yang terkandung dalam bacaan. Temuan ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya membaca secara pasif, tetapi juga memberikan perhatian terhadap isi bacaan. Kepedulian tersebut mencerminkan bahwa aktivitas membaca tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dapat melibatkan aspek emosional pembaca terhadap apa yang dibaca. Dapat disimpulkan, hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar memiliki kepedulian yang tinggi terhadap ide, tokoh, maupun gagasan dalam bacaan. Meskipun demikian masih terdapat sebagian kecil responden yang belum merasakan keterlibatan emosional tersebut.

9. Saat membaca, saya sering merasa terhanyut dalam isi bacaan.

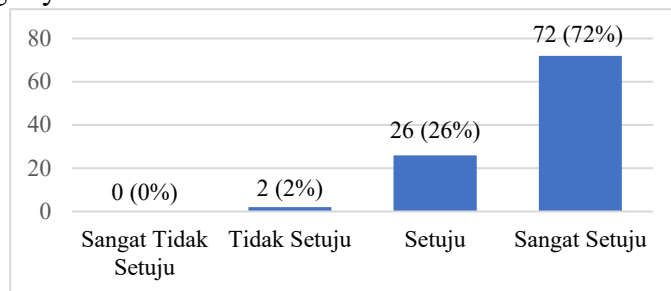


Gambar 4. 33 Distribusi Jawaban Responden tentang Perasaan Terhanyut dalam Isi Bacaan

Dari Gambar 4.33 dapat dilihat 68% (68 responden) memilih skor 4, kemudian 31% (31 responden) memilih skor 3, dan 1% (1 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Temuan ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya sekedar membaca, tetapi juga mampu merasakan keterlibatan yang cukup mendalam terhadap isi bacaan. Perasaan terhanyut tersebut menggambarkan bahwa responden dapat larut dalam alur cerita, memahami suasana yang digambarkan, serta mengikuti gagasan yang ada dalam bacaan. Dominasi skor 4 mengindikasikan bahwa responden memiliki pengalaman membaca yang

kuat di mana mereka dapat fokus dan terbawa dalam isi bacaan. Adapun responden yang memberikan skor rendah menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian kecil responden yang belum sepenuhnya merasakan keterlibatan yang mendalam saat membaca.

10. Membaca buku adalah cara saya untuk mengeksplorasi lebih jauh tentang hal-hal yang saya minati.



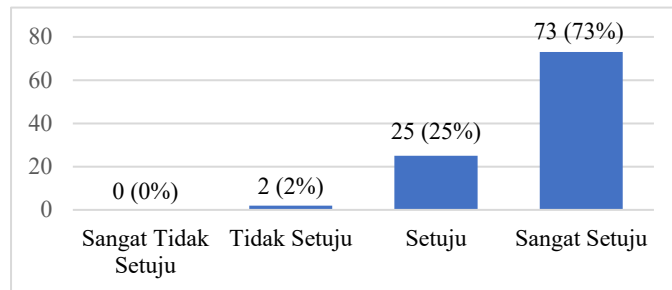
Gambar 4. 34 Distribusi Jawaban Responden tentang Eksplorasi Minat melalui Membaca

Berdasarkan Gambar 4.34 dapat dilihat 72% (72 responden) memilih skor 4, kemudian 26% (26 responden) memilih skor 3, dan 2% (2 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi skor 4 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa membaca buku merupakan cara bagi mereka untuk mengeksplorasi lebih jauh hal-hal yang diminati. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas membaca tidak hanya sebagai rutinitas, tetapi juga dimanfaatkan oleh responden sebagai sarana untuk memperdalam minat dan ketertarikan terhadap suatu topik tertentu. Melalui bacaan responden dapat menemukan hal-hal baru yang sesuai dengan minat pribadi mereka. Secara keseluruhan hasil jawaban responden pada indikator afektif menunjukkan bahwa responden memiliki keterlibatan emosional yang kuat dalam aktivitas membaca.

c. Indikator Kognitif

Keterlibatan kognitif atau *cognitive engagement* mencerminkan tingkat usaha kognitif seseorang ketika memproses dan memahami suatu teks. Bentuk keterlibatan ini juga dapat dilihat melalui upaya aktif untuk memahami bacaan terutama jika teks yang dibaca sulit. Indikator kognitif diwakili oleh empat butir pernyataan, antara lain:

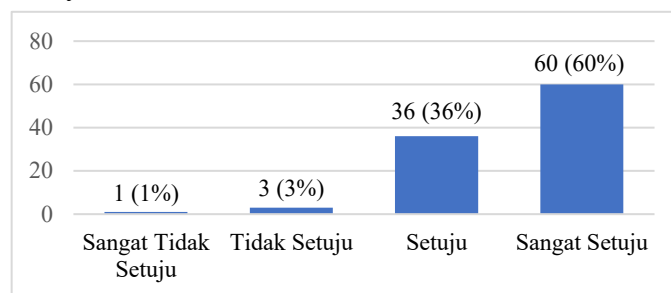
11. Jika menemukan bagian bacaan yang sulit, saya membaca secara berulang untuk meningkatkan pemahaman saya.



Gambar 4. 35 Distribusi Jawaban Responden tentang Strategi Memahami Bacaan Sulit melalui Pengulangan Membaca

Berdasarkan Gambar 4.35 dapat dilihat 73% (73 responden) memilih skor 4, kemudian 25% (25 responden) memilih skor 3, dan 2% (2 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi skor 4 mengindikasikan bahwa sebagian besar responden secara aktif berupaya memahami bacaan yang sulit melalui pengulangan. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesadaran untuk mengatasi kesulitan dalam membaca dengan cara mengulang bagian yang belum dipahami. Membaca ulang menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk memperjelas makna, memperdalam pemahaman, serta memastikan informasi yang diperoleh dapat dipahami dengan baik.

12. Saya menghubungkan isi bacaan dengan pengetahuan atau pengalaman saya sebelumnya.

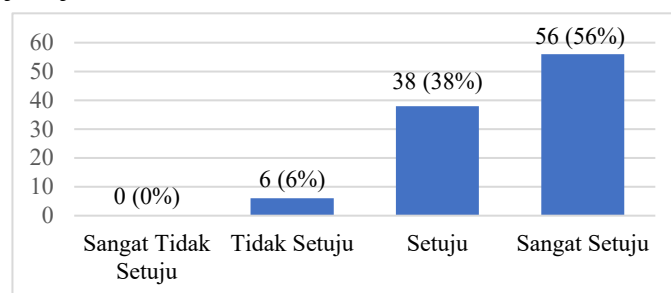


Gambar 4. 36 Distribusi Jawaban Responden dalam Mengaitkan Bacaan dengan Pengetahuan atau Pengalaman Sebelumnya

Berdasarkan Gambar 4.36, mayoritas responden memilih skor 4 sebesar 60% (60 responden), kemudian diikuti oleh skor 3 sebanyak 36% (36 responden). Sementara itu, skor 2 sebanyak 3% (3 responden) dan skor 1

sebanyak 1% (1 responden). Distribusi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung menyetujui pernyataan bahwa mereka menghubungkan isi bacaan dengan pengetahuan atau pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya membaca untuk memahami teks secara langsung, tetapi juga berusaha mengaitkan informasi baru dengan dengan pengetahuan atau pengalaman yang telah dimiliki. Proses ini membantu responden dalam memperdalam pemahaman serta memberikan makna yang lebih kontekstual terhadap bacaan.

13. Jika bagian dari sebuah buku sulit dipahami, saya akan terus membacanya hingga menjadi jelas.

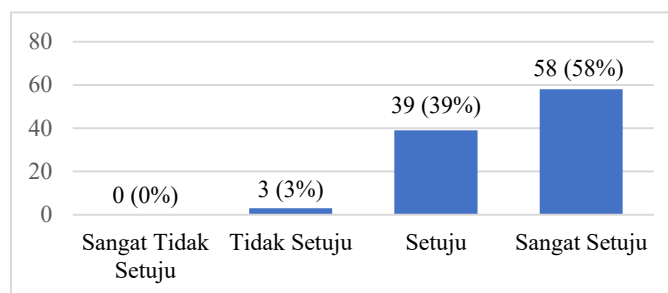


Gambar 4. 37 Distribusi Jawaban Responden tentang Upaya Melanjutkan Membaca hingga Memahami Isi Bacaan

Pada Gambar 4.37 dapat dilihat 56% (56 responden) memilih skor 4, kemudian 38% (38 responden) memilih skor 3, dan 6% (6 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi skor 4 dan 3 mengindikasikan bahwa sebagian besar responden mampu bertahan dalam proses membaca hingga mencapai titik pemahaman. Adapun responden yang memberikan skor rendah menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian kecil responden yang cenderung kesulitan untuk melanjutkan membaca ketika belum memahami isi bacaan secara langsung. Pada temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk tidak berhenti ketika menemui kesulitan dalam memahami bacaan, melainkan tetap melanjutkan proses membaca hingga pada akhirnya memperoleh pemahaman. Dalam proses tersebut pemahaman tidak selalu

muncul secara langsung, tetapi berkembang secara bertahap seiring dengan kelanjutan membaca.

14. Jika sebuah buku menggunakan kata-kata yang tidak saya ketahui, saya akan tetap mencoba memahami cerita utamanya.



Gambar 4. 38 Distribusi Jawaban Responden tentang Upaya Memahami Bacaan Walaupun Kata-kata dalam Bacaan Sulit

Berdasarkan Gambar 4.38 dapat dilihat 58% (58 responden) memilih skor 4, kemudian 39% (39 responden) memilih skor 3, dan 3% (3 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tetap berusaha memahami isi bacaan meskipun terdapat kata-kata yang tidak diketahui. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menjadikan keterbatasan kosakata sebagai hambatan utama dalam memahami bacaan. Responden cenderung tidak langsung berhenti atau merasa kesulitan, tetapi tetap melanjutkan membaca untuk memahami makna secara keseluruhan. Keberadaan responden pada skor 3 menunjukkan bahwa meskipun mereka cukup sering melakukan upaya tersebut, intensitasnya belum sepenuhnya konsisten. Sementara itu, persentase kecil pada skor 2 mengindikasikan bahwa masih adanya responden yang cenderung mengalami hambatan ketika menemui kosakata yang tidak dikenal, sehingga upaya pemahaman tidak selalu optimal.

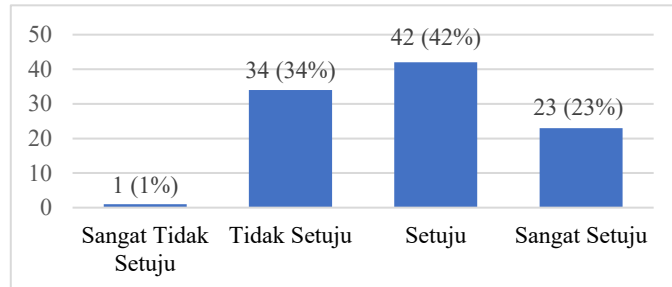
d. Indikator Sosial

Keterlibatan sosial atau *social engagement* merupakan cerminan dari partisipasi seseorang dalam berbagai kegiatan membaca dengan orang lain. Partisipasi ini dilihat berdasarkan interaksi sosial seperti berdiskusi, berbagi

rekomendasi, serta berpartisipasi dalam komunitas atau kegiatan literasi.

Indikator sosial diwakili oleh enam butir pernyataan, antara lain:

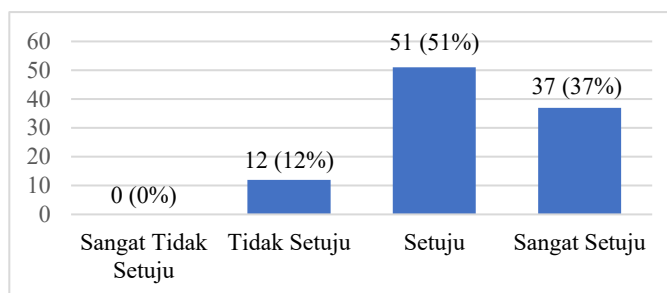
15. Saya berdiskusi dengan orang lain tentang bacaan yang saya baca.



Gambar 4.39 Distribusi Jawaban Responden terhadap Kebiasaan Berdiskusi tentang Bacaan dengan Orang Lain

Berdasarkan Gambar 4.39, mayoritas responden memilih skor 3 sebesar 42% (42 responden). Selanjutnya sebanyak 34% (34 responden) memilih skor 2 dan 23% (23 responden) memberikan skor 4. Sementara itu, hanya 1% (1 responden) yang memilih skor 1. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cukup sering berdiskusi dengan orang lain mengenai bacaan yang mereka baca, meskipun belum menjadi kebiasaan yang kuat bagi semua responden. Di sisi lain, masih cukup banyak responden berada pada skor 2, yang berarti mereka jarang melakukan diskusi tentang bacaan. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas membaca masih sering dilakukan secara individu, tanpa diikuti dengan pertukaran pendapat dengan orang lain. Sementara itu, responden yang memilih skor 4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah terbiasa berdiskusi dan aktif berbagi pendapat mengenai bacaan dengan orang lain. Responden yang aktif berdiskusi cenderung memiliki kesempatan untuk melihat perspektif lain, memperdalam pemahaman, serta mengembangkan cara berpikir yang lebih terbuka terhadap isi bacaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa diskusi tentang bacaan sudah mulai terbentuk di kalangan responden, namun belum menjadi kebiasaan yang kuat bagi sebagian responden.

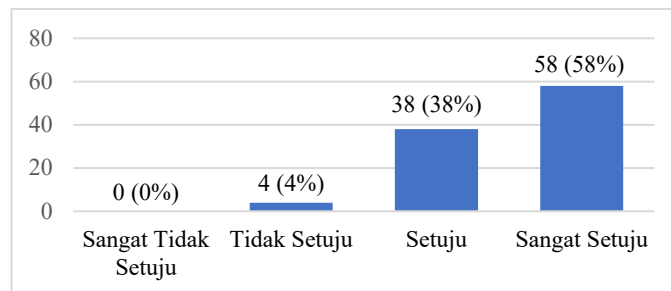
16. Saya menikmati ketika berdiskusi tentang bacaan dengan orang lain.



Gambar 4. 40 Distribusi Jawaban Responden tentang Kenyamanan dalam Berdiskusi

Pada Gambar 4.40 dapat dilihat 51% (51 responden) memilih skor 3, kemudian 37% (37 responden) memilih skor 4, dan 12% (12 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Hasil ini menunjukkan sebagian besar cukup menikmati kegiatan berdiskusi tentang bacaan dengan orang lain. Dominasi skor 3 mengindikasikan bahwa responden merasakan adanya kenyamanan atau ketertarikan, meskipun belum pada tingkat yang tinggi. Sementara itu, responden dengan skor 4 menunjukkan bahwa mereka benar-benar menikmati aktivitas diskusi dan cenderung antusias dalam berbagi serta menanggapi pendapat orang lain. Namun, masih terdapat sebagian responden pada skor 2 menunjukkan bahwa masih ada responden yang kurang menikmati kegiatan diskusi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kebiasaan individu, rasa kurang percaya diri, atau lebih nyaman membaca secara individu. Responden dengan tingkat kenyamanan yang tinggi memiliki peluang untuk memperdalam pemahaman melalui sudut pandang orang lain. Sebaliknya responden yang kurang menikmati diskusi kemungkinan jarang terlibat interaksi, sehingga pengalaman membacanya cenderung pada pemahaman pribadi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun sebagian responden sudah cukup menikmati diskusi bacaan, tingkat kenyamanan saat berpartisipasi dalam diskusi masih cukup bervariasi.

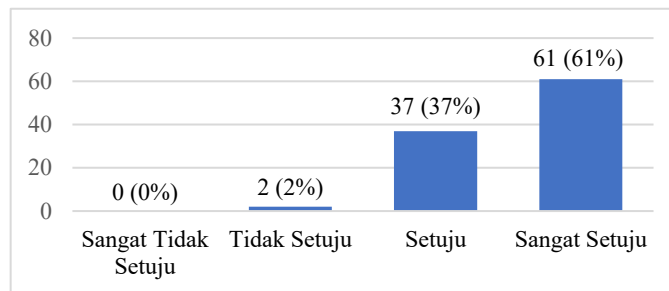
17. Saya merekomendasikan bacaan kepada orang lain.



Gambar 4. 41 Distribusi Jawaban Responden tentang Kebiasaan Merekomendasikan Bacaan kepada Orang Lain

Berdasarkan Gambar 4.41 dapat dilihat 58% (58 responden) memilih skor 4, kemudian 38% (38 responden) memilih skor 3, dan 4% (4 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Dominasi dari skor 4 dan 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa mereka merekomendasikan bacaan kepada orang lain. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas berbagi rekomendasi merupakan bagian yang cukup umum dalam kebiasaan membaca responden. Rekomendasi yang diberikan umumnya tidak hanya berupa penyebutan judul bacaan, tetapi juga berasal dari pengalaman pribadi responden yang sesekali disertai dengan ulasan singkat. Ulasan tersebut dapat memberikan gambaran tentang isi atau kualitas bacaan sehingga dapat memudahkan pembaca lain untuk menentukan bacaan selanjutnya. Di sisi lain, persentase kecil pada skor 2 menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil yang tidak merekomendasikan bacaan, sehingga terdapat variasi dalam tingkat keaktifan berbagi antara responden. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan bacaan berdasarkan pengalaman pribadi mereka meskipun antar responden menunjukkan frekuensi dan konsistensi yang bervariasi.

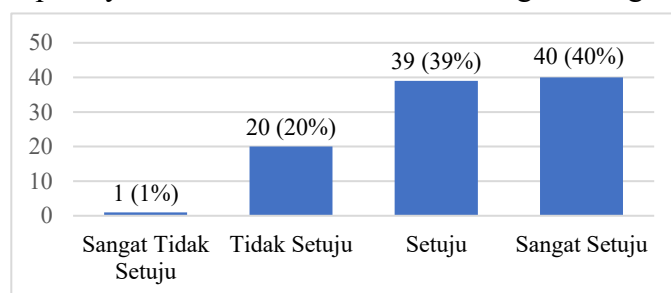
18. Saya menerima rekomendasi bacaan dari orang lain.



Gambar 4. 42 Distribusi Jawaban Responden tentang Penerimaan Rekomendasi Bacaan dari Orang Lain

Pada Gambar 4.42 dapat dilihat 61% (61 responden) memilih skor 4, kemudian 37% (37 responden) memilih skor 3, dan 2% (2 responden) memilih skor 2. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih skor 1. Berdasarkan hasil jawaban responden, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menerima rekomendasi bacaan dari orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa responden terlibat dalam interaksi sosial melalui penerimaan rekomendasi bacaan dari pembaca lain serta memiliki kesiapan untuk mempertimbangkan rekomendasi yang diberikan. Namun, masih terdapat responden dengan jumlah kecil yang menunjukkan bahwa tidak semua memiliki tingkat penerimaan yang sama. Hal ini dipengaruhi oleh preferensi atau kebiasaan individu dalam memilih bacaan.

19. Saya merasa percaya diri saat membahas buku dengan orang lain.

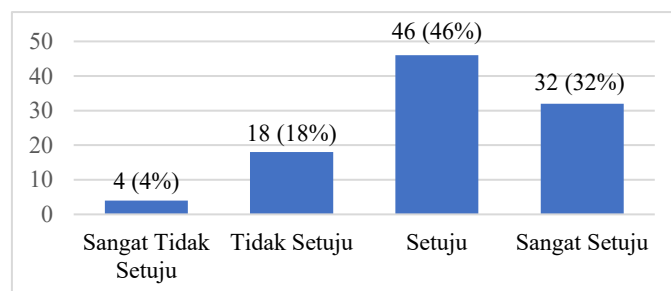


Gambar 4. 43 Distribusi Jawaban Responden tentang Kepercayaan Diri dalam Membahas Bacaan dengan Orang Lain

Berdasarkan Gambar 4.43, mayoritas responden memilih skor 4 sebesar 40% (40 responden), kemudian diikuti oleh skor 3 sebanyak 39% (39 responden). Sementara itu, skor 2 sebanyak 20% (20 responden) dan skor 1 sebanyak 1% (1 responden). Dominasi skor 4 dan 3 menunjukkan bahwa

sebagian besar responden memiliki kepercayaan diri dalam membahas bacaan dengan orang lain. Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasa cukup nyaman untuk menyampaikan pendapat, berbagi pandangan, atau terlibat dalam percakapan terkait bacaan. Selain itu, responden juga tidak hanya membaca, tetapi juga merasa mampu untuk mengungkapkan pemahaman, pendapat, maupun tanggapan mereka terhadap bacaan. Sementara itu, masih terdapat responden belum merasa cukup percaya diri untuk membahas bacaan. Hal ini mencerminkan adanya keraguan dalam menyampaikan pendapat atau kekhawatiran terhadap tanggapan orang lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan kepercayaan diri dalam membahas bacaan berperan sebagai salah satu aspek penting yang mendukung keterlibatan sosial responden dalam interaksi terkait bacaan, meskipun tingkat kepercayaan dirinya masih bervariasi di antara responden.

20. Saya memulai percakapan tentang buku dengan orang lain.



Gambar 4. 44 Distribusi Jawaban Responden tentang Inisiatif Memulai Percakapan tentang Bacaan

Berdasarkan Gambar 4.44, mayoritas responden memilih skor 3 sebesar 46% (46 responden), kemudian diikuti oleh skor 4 sebanyak 32% (32 responden). Sementara itu, skor 2 sebanyak 18% (18 responden) dan skor 1 sebanyak 4% (4 responden). Dominasi skor 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden cukup memiliki inisiatif untuk memulai percakapan terkait bacaan dengan orang lain. Artinya, responden tidak selalu menjadi pihak yang aktif memulai diskusi tetapi dalam kondisi mereka tetap memiliki kecenderungan untuk melakukannya. Keberadaan skor 4 menunjukkan bahwa terdapat responden yang sudah memiliki inisiatif tinggi dalam memulai percakapan. Kelompok ini cenderung lebih aktif dalam

membangun interaksi, seperti mengajak diskusi, membagikan topik bacaan, atau membuka percakapan terkait buku kepada orang lain. Namun di sisi lain, terdapat responden yang kurang memiliki inisiatif dalam memulai percakapan. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa mereka lebih cenderung menjadi pihak yang pasif, seperti menunggu orang lain untuk memulai diskusi atau hanya berpartisipasi ketika diajak. Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa meskipun interaksi sosial dalam konteks sosial sudah terjadi, peran responden masih cenderung sebagai partisipan daripada sebagai penginisiasi. Inisiatif untuk memulai percakapan merupakan bentuk keterlibatan sosial yang lebih aktif karena tidak hanya merespons, tetapi juga mendorong terjadinya interaksi khususnya terkait literasi.

4.1.8 Hasil Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengidentifikasi tingkat keeratan hubungan antara variabel independen (X) yaitu media sosial X dan variabel dependen (Y) yaitu *reading engagement*. Uji korelasi dilakukan dengan analisis *Pearson Product Moment* dengan menggunakan bantuan *software* SPSS. Adapun hasil uji korelasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		Media_Sosial	Reading_Engagement
Media_Sosial	Pearson Correlation	1	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Reading_Engagement	Pearson Correlation	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil uji korelasi diperoleh nilai koefisien korelasi antara variabel media sosial X dan *reading engagement* sebesar 0,724 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial X dengan *reading engagement*. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,724 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk dalam kategori kuat

dan positif. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial X semakin tinggi pula tingkat *reading engagement* pada responden.

4.1.9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) yaitu media sosial X terhadap variabel dependen (Y) yaitu *reading engagement*. Pada penelitian ini uji regresi linear sederhana dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS. Dasar pengambilan keputusan pada uji regresi linear sederhana menggunakan perbandingan nilai signifikansi (Sig.) dan nilai probabilitas 0,05. Adapun hasil uji regresi sederhana pada penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Tabel *Coefficient*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.656	4.700		4.182	.000
	Media Sosial X	.775	.075	.724	10.394	.000
a. Dependent Variable: Reading Engagement						

a. Dependent Variable: Reading Engagement

Berdasarkan tabel *Coefficients*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara akun @basebuku pada media sosial X terhadap *reading engagement* pengikutnya.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Tabel Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.520	5.07422

a. Predictors: (Constant), Media Sosial X

Selanjutnya berdasarkan tabel *Model Summary*, menunjukkan nilai R² (R square) sebesar 0,524 atau 52,4% yang berarti media sosial X melalui akun @basebuku mampu mempengaruhi tingkat *reading engagement* pengikutnya sebesar 52,4% sedangkan 47,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Merujuk pada pedoman Hair *et al.*, (2011) nilai R² sebesar 0,524 berada di antara kategori moderat atau sedang, sehingga pengaruh media sosial X terhadap *reading engagement* pengikut @basebuku tergolong moderat atau sedang.

Jika dilihat dari 4.9, model persamaan regresi linear sederhana yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y=19,656 + 0,775X$$

Model persamaan ini digunakan untuk memprediksi besaran *reading engagement* (Y) berdasarkan nilai media sosial X (X). Nilai konstanta sebesar 19,656 berarti apabila tidak ada pengaruh dari media sosial X, maka *reading engagement* pengikut akun @basebuku berada pada nilai 19,656. Adapun koefisien regresi sebesar 0,775 berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel media sosial X, maka *reading engagement* akan meningkat sebesar 0,775 satuan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin aktif pengikut berpartisipasi dengan akun @basebuku, semakin tinggi pula tingkat *reading engagement* mereka.

4.2 Pembahasan

Pada bagian ini akan dibahas hasil penelitian yang telah dilakukan, yang mana bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial X terhadap *reading engagement* pada akun @basebuku. Akun @basebuku merupakan salah satu akun akun komunitas literasi yang aktif di media sosial X. Akun ini menggunakan sistem *menfess* atau *mention confess*, yakni sebuah mekanisme di mana pengikutnya dapat mengirimkan pesan secara anonim untuk kemudian diteruskan dan dipublikasikan oleh akun tersebut kepada seluruh pengikutnya. Sistem ini menjadikan akun @basebuku bukan sekedar akun yang memproduksi konten secara searah, melainkan terbentuk dari serta untuk sesama pembaca. Berdasarkan hasil penelitian akan dianalisis lebih lanjut beserta pembuktian hipotesis yang telah dirumuskan mengenai pengaruh akun @basebuku di media sosial X terhadap *reading engagement* pengikutnya.

4.2.1 Analisis Variabel Media Sosial X

Variabel media sosial X diukur melalui lima indikator yang dikemukakan oleh Mayfield (2008) yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan saling terhubung. Secara umum, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan respons yang positif terhadap kelima indikator tersebut. Dengan demikian akun @basebuku berhasil mencerminkan ruang interaksi yang aktif dan kondusif bagi pengikutnya.

Pada indikator partisipasi bentuk keterlibatan yang paling dominan terlihat pada aktivitas *passive engagement* seperti membaca konten *menfess*, memberikan *like*, memposting ulang (*retweet*), membagikan postingan (*share*), menyimpan postingan (*bookmark*), serta menelusuri postingan yang relevan dengan minat bacaan. Namun demikian, terdapat sejumlah responden yang memberikan jawaban tidak setuju pada butir pernyataan terkait partisipasi aktif (Gambar 4.9). Rendahnya partisipasi responden dalam memberikan umpan balik dapat menunjukkan adanya perilaku *lurker*, yaitu pengguna cenderung mengonsumsi konten secara pasif tanpa terlibat aktif dalam interaksi seperti komentar maupun kutip tweet. Selain itu, penggunaan konsep anonim dalam konten *menfess* memiliki kontribusi yang signifikan dalam mendorong pengguna untuk berpartisipasi (Gambar 4.10). Anonimitas tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan identitas, tetapi juga sebagai faktor yang mendukung terciptanya komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif di kalangan pengguna.

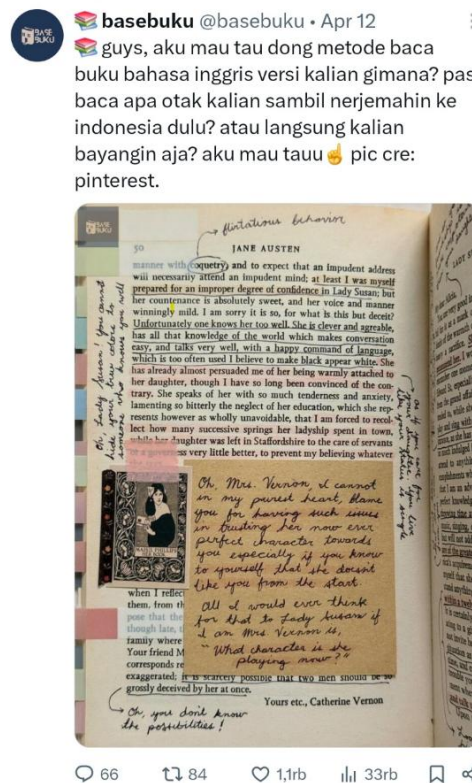
Indikator keterbukaan, akun @basebuku menunjukkan karakteristik yang cukup terbuka melalui sistem anonim yang memungkinkan siapa saja untuk berpartisipasi tanpa perlu mengungkap identitas. Selain itu, peraturan komunitas yang tertulis secara jelas dan dapat diakses melalui tautan di bio akun (basebuku.carrd.co) mencerminkan transparansi dalam pengelolaan akun. Meskipun identitas admin tidak diketahui secara publik, keterbukaan informasi mengenai tata cara penggunaan dan jalur pengaduan melalui Telegram (@boekenbase) tetap memberikan rasa aman bagi pengguna dalam berpartisipasi. Keterbukaan akun ini pun mendorong responden untuk lebih terbuka dalam menerima dan berbagi informasi, baik berupa rekomendasi, ulasan, maupun pengalaman membaca (Gambar 4.14).

Pada indikator percakapan, akun @basebuku memfasilitasi interaksi dua arah melalui sistem *menfess* yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman membaca, mengajukan pertanyaan, hingga berdiskusi tentang buku secara terbuka. Konten *menfess* yang relevan dengan pengalaman pengguna kerap memicu munculnya tanggapan serta percakapan lanjutan pada kolom balasan. Karakteristik ini menjadikan akun @basebuku bukan sekedar akun penyebar

informasi, tetapi juga ruang dialog aktif antarpengguna dalam komunitas pembaca digital. Salah satu contohnya adalah postingan yang mengundang pengguna untuk berbagi pengalaman membaca melalui fitur *quote retweet* atau kutip tweet, serta postingan yang mengajak pengguna berdiskusi mengenai metode membaca buku berbahasa Inggris sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.45 dan Gambar 4.46.



Gambar 4. 45 Postingan *menfess* ajakan berbagi pengalaman membaca



Gambar 4. 46 Postingan *menfess* diskusi metode membaca buku bahasa Inggris

Indikator komunitas menunjukkan respons yang relatif positif di kalangan responden. Pengguna menyadari bahwa @basebuku merupakan bagian dari komunitas pembaca yang lebih besar, yang dikenal dengan *boooktwt* atau komunitas pecinta buku di X. Keberadaan komunitas ini memberikan ruang bagi pengguna untuk merasa menjadi bagian dari kelompok yang memiliki minat serupa (Gambar 4.18). Hal ini tercermin dari postingan yang mengajak pengguna berbagi tempat atau komunitas membaca, yang menunjukkan bahwa komunitas @basebuku tidak hanya hadir secara daring, tetapi juga mendorong terbentuknya komunitas membaca yang nyata bagi pengikutnya.



Gambar 4. 47 Postingan *menfess* ajakan berbagi komunitas membaca

Pada indikator saling terhubung, akun @basebuku berhasil menciptakan ruang di mana pengguna dapat merasa terhubung satu sama lain melalui kesamaan minat terhadap aktivitas membaca (Gambar 4.24). Melalui konten *menfess* yang beragam, pengguna dapat menemukan sesama pembaca yang memiliki selera, genre favorit, maupun pengalaman membaca yang serupa, sehingga tercipta rasa kebersamaan (*sense of belonging*) yang kuat di antara anggota komunitas (Gambar 4.23). Keterhubungan ini juga dapat dirasakan secara kolektif ketika pengguna menemukan informasi, rekomendasi, atau ulasan bacaan yang relevan dengan minat mereka. Namun, terdapat sebagian responden yang menyatakan belum sepenuhnya merasa terhubung secara langsung dengan pengguna lain melalui akun @basebuku, hal ini disebabkan oleh tingginya volume konten yang masuk setiap harinya sehingga tidak semua postingan mendapatkan perhatian yang merata dari sesama pengguna.

4.2.2 Analisis Variabel *Reading Engagement*

Variabel *reading engagement* dalam penelitian ini diukur menggunakan empat aspek yang dikemukakan oleh (Lee *et al.*, (2021), yaitu perilaku (*bevioural*), afektif (*affective*), kognitif (*cognitive*), dan sosial (*social*). Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa seseorang dikatakan terlibat dalam aktivitas membaca apabila menunjukkan keterlibatan pada keempat aspek tersebut. Secara umum, hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa tingkat *reading engagement* responden berada pada kategori sedang hingga tinggi, dengan variasi yang cukup beragam pada setiap aspeknya.

Pada aspek perilaku, terdapat beberapa butir pernyataan yang memperoleh jawaban tidak setuju dalam jumlah yang cukup banyak, meliputi butir mengenai konsistensi membaca, prioritas waktu membaca, rutinitas membaca sehari-hari, keanekaragaman jenis bacaan, serta komitmen dalam menyelesaikan bacaan. Lee *et al.*, (2021) mendefinisikan keterlibatan perilaku dalam membaca sebagai waktu yang dihabiskan untuk membaca, frekuensi membaca, serta kehadiran aktif dalam aktivitas membaca. Berdasarkan definisi tersebut, rendahnya skor pada aspek ini Kondisi ini tidak serta-merta mencerminkan rendahnya minat membaca responden, melainkan lebih berkaitan dengan tantangan dalam membangun dan mempertahankan kebiasaan membaca yang konsisten di tengah kesibukan sehari-hari. Dengan demikian, rendahnya skor pada butir aspek perilaku lebih mencerminkan ketidakkonsistenan dalam kebiasaan membaca dibandingkan ketidakmampuan untuk melakukan aktivitas membacaitu sendiri.

Pada aspek afektif, responden menunjukkan respons yang relatif positif. McGeown & Smith (2024) menjelaskan bahwa keterlibatan afektif mencerminkan kedalaman emosi atau perasaan yang dialami seseorang ketika membaca serta sejauh mana seseorang tertarik pada bacaan. Pembaca yang terlibat secara afektif akan menunjukkan sikap positif seperti merasa gembira atau antusias terhadap bacaan yang akan menunjukkan adanya unsur membaca untuk kesenangan. Perasaan ini yang akan memunculkan motivasi intrinsik untuk membaca. Responden merasa terhubung dan peduli terhadap ide, tokoh, atau gagasan yang disampaikan dalam bacaan. Hal ini menunjukkan aktivitas membaca tidak hanya bersifat pasif, tetapi

juga memberikan perhatian terhadap isi bacaan. Mayoritas responden juga merasakan kenyamanan ketika membaca. Perasaan nyaman tersebut menjadi faktor pendorong yang memperkuat minat dan keberlanjutan membaca (Cremin & Scholes, 2024). Responden juga memanfaatkan membaca sebagai sarana untuk memperdalam minat dan ketertarikan pada suatu topik tertentu. Temuan ini menunjukkan responden memiliki keterlibatan afektif relatif tinggi yang ditandai dengan adanya perasaan positif terhadap aktivitas membaca. Keterlibatan afektif ini penting karena dapat memperkuat motivasi intrinsik untuk membaca serta membentuk sikap positif terhadap kegiatan literasi (*State of Victoria*, 2023).

Pada aspek kognitif, responden juga menunjukkan repons yang positif. Keterlibatan kognitif mencerminkan tingkat usaha kognitif seseorang ketika memproses dan memahami suatu bacaan. Bentuk keterlibatan ini juga dapat dilihat melalui upaya aktif untuk memahami bacaan terutama jika teks yang dibaca sulit. Oleh karena itu, tingginya skor pada aspek ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya membaca secara pasif, tetapi juga secara aktif menggunakan strategi untuk memahami isi bacaan. Berdasarkan data yang diperoleh responden menunjukkan kesadaran yang baik terhadap proses pemahaman bacaan. Ketika menghadapi kesulitan dalam membaca responden mengatasinya melalui berbagai strategi, seperti membaca ulang, menghubungkan informasi baru dengan pengetahuan yang dimiliki, serta mempertahankan aktivitas membaca hingga memperoleh pemahaman. Tingginya keterlibatan kognitif ini menunjukkan bahwa responden tidak sekedar membaca secara pasif tetapi juga berusaha membangun pemahaman terhadap bacaan. Dengan demikian, aktivitas membaca yang dilakukan responden cenderung melibatkan proses berpikir aktif, reflektif, dan pemahaman terhadap informasi yang diperoleh dari bacaan.

Adapun pada aspek keterlibatan sosial terbentuk ketika seseorang berbagi ide, mendiskusikan teks, dan berinteraksi dengan orang lain dalam konteks membaca. *State of Victoria* (2023) menjelaskan bahwa keterlibatan sosial dalam membaca berperan dalam memperkaya pemahaman pembaca melalui pertukaran ide dan perspektif. Hal ini terlihat dari tingginya persentase responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju pada butir-butir pernyataan terkait keterlibatan

sosial dalam membaca. Meskipun demikian terdapat sebagian responden yang menyatakan tidak setuju pada butir pernyataan berdiskusi tentang bacaan (Gambar 4.39). Kondisi ini dapat dijelaskan melalui beberapa faktor antara lain tidak semua memiliki kemampuan untuk merefleksikan bacaan, tingkat kepercayaan diri ketika mengungkapkan pendapat di ruang publik bervariasi (Gambar 4.43), serta kecenderungan rendahnya inisiatif untuk memulai percakapan dan memilih hanya membaca tanpa mengekspresikan pemikirannya secara aktif kepada orang lain.

Selain itu, terdapat pula kecenderungan sebagai pembaca yang lebih menyukai *silent reading* dibandingkan harus berdiskusi. Bagi kelompok pembaca ini, pengalaman membaca yang bermakna tidak selalu harus diekspresikan melalui percakapan atau diskusi, melainkan cukup dirasakan secara personal. Secara keseluruhan temuan pada dimensi sosial menunjukkan bahwa responden telah memiliki kesadaran dan keterbukaan terhadap aspek sosial dalam membaca, meskipun tingkat keterlibatan aktifnya masih bervariasi. Membangun komunitas pembaca yang aktif berdiskusi mengenai bacaan dapat mempengaruhi rasa memiliki dan berdampak positif pada *reading engagement* (State of Victoria, 2023). Dengan demikian, peningkatan keterlibatan sosial dalam membaca baik melalui diskusi formal maupun percakapan informal merupakan aspek yang perlu terus didorong untuk memperkuat *reading engagement* secara menyeluruh.

4.2.3 Pengaruh Akun @basebuku pada Media Sosial X terhadap *Reading Engagement* Pengikutnya.

Berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh nilai koefisien korelasi antara variabel media sosial X dan *reading engagement* sebesar 0,724 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan *reading engagement*. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,724, menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut termasuk dalam kategori kuat dan positif, sehingga semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial X maka semakin tinggi pula tingkat *reading engagement* responden.

Sedangkan berdasarkan analisis data yang diolah menggunakan uji regresi linear sederhana diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0.000 yang mana nilai

tersebut lebih kecil dari 0,05. Artinya, menunjukkan bahwa variabel independen “media sosial X” berpengaruh terhadap variabel dependen “*reading engagement*”. Maka dapat dinyatakan bahwa H0 dalam penelitian ini ditolak dan H1 diterima. Hasil uji regresi linear sederhana bernilai positif menunjukkan adanya pengaruh positif antara akun @basebuku pada media sosial X dengan *reading engagement* pengikutnya. Dengan demikian, peningkatan partisipasi pada akun tersebut diikuti oleh peningkatan *reading engagement* pengikutnya. Sedangkan pada hasil uji regresi sederhana menunjukkan tingkat besaran pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y yaitu sebesar 0,524 atau 52%. Angka tersebut merupakan hasil untuk besaran pengaruh media sosial X terhadap *reading engagement* pengikut akun @basebuku. Di sisi lain, untuk 47,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Beberapa faktor yang turut berkontribusi antara lain motivasi intrinsik membaca, yakni dorongan dari dalam individu untuk membaca yang tidak bergantung pada stimulus eksternal; ketersediaan waktu ditengah kesibukan sehari-hari yang tercermin dari variasi jawaban responden pada aspek perilaku; akses terhadap sumber bacaan baik fisik maupun digital; serta pengaruh lingkungan sosial seperti teman atau keluarga yang juga berperan dalam membentuk kebiasaan membaca seseorang.

Terlepas dari faktor-faktor tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun @basebuku memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan *reading engagement* pengikutnya. Hubungan yang kuat antara kedua variabel ini dapat dijelaskan melalui mekanisme interaksi yang terjadi di akun @basebuku. Konten *menfess* yang beragam dan relevan dengan pengalaman mendorong pengguna untuk berpartisipasi secara aktif, baik melalui *reply*, *like*, *retweet*, maupun kutip *tweet*. Interaksi tersebut secara tidak langsung memperkuat identitas pengguna sebagai pembaca dan mendorong mereka untuk terus membaca. Cremin & Scholes (2024) menegaskan bahwa pengalaman membaca yang menyenangkan berhubungan dengan membaca yang berkelanjutan, serta pembaca yang memiliki kesadaran diri sebagai pembaca cenderung lebih mudah terhubung secara personal dengan isi bacaan, menikmati kegiatan membaca, serta berpikir kritis terhadap informasi yang

mereka baca. Interaksi di @basebuku berkontribusi dalam membangun identitas pembaca tersebut di kalangan pengikutnya.

Temuan ini sejalan dengan Gloede (2021) yang menyimpulkan bahwa semakin dalam percakapan yang terjalin dalam komunitas membaca, semakin tinggi pula motivasi anggotanya untuk membaca secara mandiri. Sebagai contoh konkret kuatnya hubungan antara media sosial X dengan *reading engagement*, akun @basebuku memfasilitasi berbagai aktivitas komunitas seperti *reading challenge* dan *buddy read*. *Reading challenge* mendorong pengguna untuk membaca sejumlah buku dalam kurun waktu tertentu dan kemudian berbagi pencapaiannya, sehingga secara langsung meningkatkan frekuensi dan konsistensi membaca. Sementara *buddy read* mengajak pengguna membaca buku yang sama bersama orang lain untuk kemudian didiskusikan, yang mendorong pemahaman lebih mendalam terhadap bacaan.



Gambar 4. 49 Ajakan untuk mencari *buddy read*



Gambar 4. 48 Ajakan untuk mengikuti *reading challenge*

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Gloede (2021) rasa akuntabilitas yang muncul dalam komunitas membaca mendorong anggotanya untuk terus membaca agar tidak tertinggal, sehingga konsistensi membaca pun meningkat secara alami. Kedua contoh tersebut menunjukkan bahwa @basebuku tidak sekedar menjadi *platform* melainkan berfungsi sebagai ekosistem komunitas membaca digital yang secara aktif mendukung dan meningkatkan keterlibatan pengguna dalam aktivitas membaca pada keempat aspeknya. Dengan demikian, membangun komunitas pembaca yang aktif berdiskusi dan berbagi pengalaman membaca terbukti berdampak positif pada *reading engagement* dan rasa memiliki terhadap komunitas (*State of Victoria*, 2023).



Gambar 4. 50 Postingan Pengikut Akun @basebuku tentang *Reading Slump*

Selain itu, fenomena penurunan *reading engagement* atau *reading slump* yang dialami pengikut @basebuku sebagaimana terlihat pada Gambar 4.50. Seorang pengikut sedang mengalami penurunan motivasi membaca secara terbuka mencari dukungan dengan mencari mutual *booktwt* agar semangat membacanya kembali. Postingan tersebut mendapatkan 116 balasan, hal ini menunjukkan bahwa komunitas @basebuku merespons secara aktif dan suportif. Fenomena ini berkaitan dengan konsep motivasi salah satu faktor penting terbentuknya *reading engagement*. Dukungan sosial yang diterima melalui interaksi di akun @basebuku berperan sebagai stimulus yang membantu pengikutnya memulihkan motivasi

membaca yang menurun. Temuan ini sejalan dengan McGeown & Smith, (2024) yang menegaskan bahwa keterlibatan afektif dalam membaca, termasuk motivasi, dapat diperkuat melalui pengalaman sosial yang positif dalam komunitas membaca. Dengan demikian, akun@basebuku tidak hanya berfungsi sebagai ruang berbagi informasi, tetapi juga sebagai sistem dukungan sosial yang secara aktif mendorong pemulihan motivasi dan peningkatan *reading engagement* pengikutnya.

4.2.4 Keterkaitan Hasil Penelitian dalam Prespektif Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas komunitas membaca pada akun @basebuku berpengaruh positif terhadap *reading engagement* pengikutnya. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa interaksi sosial dalam sebuah komunitas seperti diskusi, berbagi pengalaman, maupun aktivitas membaca bersama mampu mendorong seseorang untuk lebih aktif dan konsisten dalam kegiatan membaca. Dengan demikian, aktivitas membaca tidak lagi menjadi kegiatan individu, melainkan menjadi bagian dari pengalaman sosial yang melibatkan komunikasi dan pertukaran makna.

Dalam prepektif Islam temuan penelitian ini memiliki keterkaitan yang erat dengan nilai-nilai yang diajarkan dalam Islam., khususnya dalam hal menuntut ilmu. Islam juga sangat menjunjung tinggi keutamaan ilmu pengetahuan dan orang-orang yang senantiasa berupaya menambah ilmunya. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam Surah Al-Mujadilah ayat 11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, “berdirilah,” (kamu) berdirilah. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan”.

Ayat ini menegaskan bahwa Allah SWT menganjurkan umat islam untuk saling melapangkan dalam majelis ilmu. Akun @basebuku hadir sebagai majelis digital yang di mana para pengikutnya saling memberi ruang dalam berbagi pengalaman,

memberikan dukungan, dan mendorong satu sama lain untuk terus membaca. Ayat ini sekaligus menegaskan bahwa Allah SWT mengangkat derajat orang-orang yang berilmu, di mana ilmu yang dimaksud mencakup ilmu apapun yang bermanfaat bagi makhluk (Shihab, 2002a). Dalam konteks penelitian ini, keterlibatan membaca (*reading engagement*) merupakan usaha seseorang dalam menuntut ilmu, tergambar dari keterlibatan aktif dalam membaca, baik secara frekuensi, durasi, maupun kedalaman pemahaman. Akun @basebuku berperan sebagai wadah yang secara aktif mendorong peningkatan *reading engagement* pengikutnya melalui aktivitas di dalamnya. Aktivitas tersebut merupakan perjalanan seseorang dalam menuntut ilmu. Dengan demikian, peningkatan *reading engagement* yang ditemukan dalam penelitian ini merupakan upaya kolektif dalam menuntut ilmu melalui membaca secara berkelanjutan.

Selain keutamaan membaca dalam memperoleh ilmu, Islam juga memerintahkan umatnya untuk aktif bertanya dan mencari ilmu kepada mereka yang lebih berpengetahuan seperti yang tertera dalam firman Allah yaitu Surah An-Nahl ayat 43:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُوْحِيْ اِلَيْهِمْ فَاَسْأَلُوْا اَهْلَ الذِّكْرِ اِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿٤٣﴾

Artinya: “Kami tidak mengutus sebelum engkau (Nabi Muhammad), melainkan laki-laki yang Kami beri wahyu kepadanya. Maka, bertanyalah kepada orang-orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui”.

Ayat tersebut memerintahkan manusia untuk tidak berdiam diri dalam ketidaktahuan, melainkan aktif bertanya kepada mereka yang memiliki pengetahuan (*ahl ad-dzikh*) (Shihab, 2002b). Media sosial X, melalui akun @basebuku, hadir sebagai ruang digital yang dapat digunakan untuk bertanya, belajar, serta berbagi ilmu secara terbuka. Pengguna yang bingung menentukan bacaan, ingin mengetahui ulasan suatu buku, atau membutuhkan rekomendasi bacaan sesuai minatnya, dapat dengan mudah menyampaikan pertanyaan melalui sistem *menfess* dan mendapatkan respons dari komunitas pembaca yang lebih berpengalaman. Proses tanya-jawab yang terbuka dan inklusif inilah yang menjadikan akun @basebuku bukan sekedar sarana hiburan, melainkan sebuah

ruang pertukaran ilmu yang selaras dengan nilai Islam dalam menuntut ilmu. Dengan demikian, media sosial X melalui akun @basebuku dapat diposisikan sebagai *wasilah* atau perantara yang memfasilitasi terwujudnya perintah bertanya dan berbagi ilmu dalam kehidupan sehari-hari untuk kemaslahatan dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Temuan penelitian ini juga dapat dikaji melalui pendekatan *Maqashid Syariah*, yaitu kerangka tujuan-tujuan utama syariat Islam yang dirumuskan oleh Imam Asy-Syatibi. *Maqashid Syariah* mencakup lima hal inti yaitu menjaga agama (*hifdz ad-din*), menjaga jiwa (*hifdz an-nafs*), menjaga akal (*hifdz al-'aql*), menjaga keturunan (*hifdz an-nasl*), dan menjaga harta (*hifdz al-mal*) (Usfiyatur *et al.*, 2024). Berdasarkan kelima elemen tersebut, temuan penelitian ini paling erat berkaitan dengan dimensi utama yaitu *hifdz al-'aql* (menjaga akal).

Hifdz al-'aql (menjaga akal) berkaitan dengan upaya mengembangkan dan memelihara kemampuan berpikir manusia. Aktivitas membaca melibatkan pemahaman, refleksi, serta penggunaan strategi kognitif merupakan bentuk nyata dari pengembangan akal. Dalam konteks penelitian ini, akun @basebuku berperan sebagai komunitas digital yang secara aktif mendorong pengikutnya untuk terus membaca, berdiskusi, serta merefleksikan bacaan mereka. Setiap interaksi yang mendorong pengguna untuk membaca lebih banyak dan lebih kritis pada hakikatnya upaya kolektif dalam mewujudkan *hifdz al-'aql* di era digital. Sejalan dengan konsep *reading engagement* yang menunjukkan bahwa keterlibatan membaca terbentuk tidak hanya bersifat permukaan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan kemampuan berpikir dan intelektual individu. Konsep tersebut selaras dengan firman Allah dalam surah Al-Mujadilah ayat 11 yang menjelaskan bahwa Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman dan berilmu. Melalui aktivitas membaca dan pertukaran informasi dalam komunitas digital seperti akun @basebuku, pengguna didorong untuk memperluas wawasan. Selain itu, nilai pengembangan akal juga sejalan dengan firman Allah dalam surah An-Nahl ayat 43. Ayat tersebut menunjukkan pentingnya proses mencari ilmu, berdiskusi, dan memperoleh informasi dari sumber yang tepat. Hal ini menjadikan akun @basebuku bukan sekedar akun media sosial, melainkan sebuah ruang digital

yang berkontribusi pada peningkatan literasi sekaligus mencerminkan semangat Islam dalam menuntut dan menyebarkan ilmu pengetahuan.

Dengan demikian merujuk pada pendapat Imam Asy-Syatibi mengenai tujuan utama syariat Islam dalam menjaga kemaslahatan, penelitian ini menunjukkan keterkaitannya terutama pada aspek *maqashid syariah*, yaitu *hifdz al-'aql*. Aspek tersebut menggambarkan bahwa keberadaan komunitas membaca digital seperti @basebuku menjadi sarana yang berkontribusi pada penjagaan dan pengembangan akal pengikutnya melalui aktivitas membaca yang konsisten, reflektif, dan terbingkai dalam komunitas yang saling menguatkan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah akun @basebuku pada media sosial X berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *reading engagement* pengikutnya, dibuktikan melalui hasil uji regresi linear yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan besaran pengaruh sebesar 52% ($R = 0,524$). Pengaruh positif tersebut terwujud melalui berbagai macam aktivitas terkait membaca yang diinisiasi oleh akun @basebuku, seperti sistem *menfess* yang mendorong partisipasi pengguna, adanya aktivitas membaca bersama melalui *reading challenge* dan *buddy read* yang mendorong peningkatan frekuensi membaca serta pengalaman membaca secara kolektif dan reflektif. Secara multidimensi, aktivitas komunitas di akun @basebuku berkontribusi pada peningkatan *reading engagement* pengikutnya melalui empat dimensi utama, yaitu: (1) *behavioural engagement* (keterlibatan perilaku), berupa peningkatan frekuensi dan durasi membaca; (2) *affective engagement* (keterlibatan afektif), berupa penguatan identitas positif sebagai pembaca dan motivasi intrinsik untuk membaca; (3) *cognitive engagement* (keterlibatan kognitif), berupa stimulasi kemampuan berpikir kritis dan reflektif melalui diskusi teks; (4) *social engagement* (keterlibatan sosial), berupa interaksi, diskusi, dan berbagi pengalaman membaca antarpengikut. Temuan ini menegaskan bahwa aktivitas membaca tidak lagi menjadi kegiatan yang individu, melainkan menjadi bagian dari pengalaman sosial yang melibatkan interaksi aktif, seperti berbagi ulasan, menulis opini, dan berdiskusi di media sosial.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran yang diberikan antara lain:

1. Pengguna media sosial yang memiliki minat terhadap aktivitas membaca disarankan untuk aktif berpartisipasi di komunitas membaca digital seperti akun @basebuku, tidak hanya pembaca pasif tetapi juga terlibat aktif melalui fitur

reply, kutip *tweet*, maupun pengiriman *menfess*. Selain itu, pengguna disarankan untuk mengalokasikan waktu khusus membaca secara konsisten, dan memanfaatkan komunitas @basebuku sebagai motivasi ekstrinsik dalam membangun kebiasaan membaca yang lebih teratur, mengingat temuan pada aspek perilaku menunjukkan bahwa konsistensi membaca masih menjadi tantangan di tengah kesibukan sehari-hari.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kualitatif guna menggali lebih dalam mengenai pengalaman, motivasi, dan persepsi pengguna berinteraksi di komunitas digital, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang mekanisme peningkatan *reading engagement*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama RI, K. (2011). *Tafsir Tahlili Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid X*.
- Alhamad, K., Manches, A., & McGeown, S. (2024). Augmented reality books: in-depth insights into children's reading engagement. *Frontiers in Psychology*, 15(August), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1423163>
- Barber, A. T., & Klauda, S. L. (2020). How Reading Motivation and Engagement Enable Reading Achievement: Policy Implications. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 7(1), 27–34. <https://doi.org/10.1177/2372732219893385>
- Bunga, S. M. F., & Rachman, M. A. (2022). Peran akun twitter @literarybase dalam meningkatkan minat baca followersnya. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 18(1), 98–112. <https://doi.org/10.22146/bip.v18i1.2375>
- Chyung, S. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-Based Survey Design: The Use of a Midpoint on the Likert Scale. *Performance Improvement*, 46(9), 9–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/pfi.21727>
- Cremin, T., & Scholes, L. (2024). Reading for Pleasure : Scrutinising the Evidence Base – Benefits , Tensions and Recommendations. *Language and Education*, 38(4), 537–559. <https://doi.org/10.1080/09500782.2024.2324948>
- Diva, N., Arsyanda, S., Rodiah, A., & Saeful, R. (2025). Peran akun autobase X (twitter) dalam memenuhi kebutuhan informasi followers. *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 13(1), 233–241. <http://dx.doi.org/10.18592/pk.v13i1.15927>
- Feissyllia, J., Sinurat, C., Alexandra, M., & Indonesia, U. K. (2025). Studi Literatur Peran User-Generated Content dalam Membentuk Narasi Digital. *Jurnal Komunikasi Digital - Digication*, 1(2013). <https://doi.org/https://ejournal.uki.ac.id/index.php/digication/article/view/6228>
- Ghifary, A. G., Puspitadewi, G. C., & Hariyanto, W. (2021). Pengaruh Pemakaian Media Sosial Facebook dan Instagram pada Perpustakaan UNISMA Terhadap Tersebaranya Informasi di Kalangan Pemustaka. *LibTech: Library and Information Science Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.18860/libtech.v2i2.23165>
- Gloede, J. (2021). The influence of book club conversations on reluctant or struggling readers. *Graduate Research Papers*. <https://scholarworks.uni.edu/grp/1882>

- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hardani, & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *Advanced Drug Delivery Reviews* (Vol. 61, Issue 9). <http://webs.ucm.es/info/biomol2/Tema01.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.addr.2009.04.004>
- Huo, N., & Cho, Y. (2020). Investigating Effects of Metacognitive Strategies on Reading Engagement: Managing Globalized Education. *Journal of Industrial Distribution & Business*, 11(5), 17–26. <https://doi.org/10.13106/jidb.2020.vol11.no5.17>
- Irmayani, N. W. D., Astitiani, N. L. P. S., & Handayani, I. A. R. P. (2023). Pemberdayaan Perempuan Millenial Melalui Literasi Digital. *Communnity Development Journal*, 4(4), 7129–7133.
- Kavitha, K. (2024). Social Media and Social Networking. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 08(03), 1–5. <https://doi.org/10.55041/ijsrem29635>
- Khusnia, A. N. (2020). *Literacy Practice: Reading Community and Its Contribution To Self-Reading*. 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31316/eltics.v5i2.892>
- Lee, Y., Jang, B. G., & Conradi Smith, K. (2021). A Systematic Review of Reading Engagement Research: What Do We Mean, What Do We Know, and Where Do We Need to Go? *Reading Psychology*, 42(5), 540–576. <https://doi.org/10.1080/02702711.2021.1888359>
- Mardiah, D. (2023). Minat Baca Di Indonesia: Systematic Literature Review. *Jurnal Pena Ilmiah*, 5(1), 33–44.
- Mayfield, A. (2008). What is Social Media. In *What is Social Media* (p. 5). iCrossing.
- McGeown, S., & Smith, K. C. (2024). Reading Engagement Matters! A New Scale to Measure and Support Children's Engagement with Books. *Reading Teacher*, 77(4), 462–472. <https://doi.org/10.1002/trtr.2267>
- Mochamad, N. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan. In *UMSIDA Press*.
- Neugebauer, S., & Gilmour, A. (2020). The ups and downs of reading across content areas: The association between instruction and fluctuations in reading motivation. *Journal of Educational Psychology*, 112, 344–363. <https://doi.org/10.1037/EDU0000373>
- Pianzola, F., Toccu, M., & Viviani, M. (2022). Readers' engagement through digital social reading on Twitter: the TwLetteratura case study. *Library Hi Tech*, 40(5), 1305–1321. <https://doi.org/10.1108/LHT-12-2020-0317>

- Putri, D. M., & Lubis, E. E. (2018). Pengaruh Media Sosial Line Webtoon Terhadap Minat Membaca Komik Pada Mahasiswa Universitas Riau. *Jom Fisip*, 5(1), 2.
- Putri, N. A., Hardati, P., Atmaja, H. T., & Banowati, E. (2023). Realitas Sosial Cyber Community Dalam Ruang Virtual Media Sosial. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS Dan PKN*, 8(1), 30–45. <https://doi.org/10.15294/harmony.v8i1.62835>
- Rahmawati, R. (2020). Komunitas Baca Rumah Luwu Sebagai Inovasi Sosial Untuk Meningkatkan Minat Baca Di Kabupaten Luwu. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 4(2), 158–168. <https://doi.org/10.21831/diklus.v4i2.32593>
- Rana, M. A., Sorger, G., Cox, D. A., Dangas, G. D., & Forouzandeh, F. (2023). Twitter (X) in Medicine: Friend or Foe to the Field of Interventional Cardiology? *Journal of the Society for Cardiovascular Angiography and Interventions*, 2(6), 101136. <https://doi.org/10.1016/j.jscai.2023.101136>
- Riauan, M. A. I., & Salsabila, Z. F. (2022). Virtual Communication Pattern Of Twitter Autbase Management (Study Of Sharing Real Life Things Media On @bertanyarl Account). *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 192. <https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.16118>
- Rochmatillah, M., Febrianti, S. B., & ... (2024). Moderasi Beragama Di Era Digital: Pengaruh Platform Tiktok Dalam Bermoderasi Agama. ... : *Journal of Global ...*, vol.2(no.6), hlm. 1834-1843. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple/article/view/420%0Ahttps://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple/article/download/420/280>
- Rohman, M. M., Sinaga, J., Yuliawati, Asmara, A., Musa, T. P. S., Ramadhan, A. R., Yustitia, V., Agit, A., Suhendi, Hidayati, N., Dewi, N. P. S., Sukandi, P., & Saputri, P. S. (2023). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In H. Fernanda (Ed.), *Penamuda Media* (Vol. 6, Issue November). Penamuda Media.
- Sandy, F., & Fidian, A. (2022). Sustaining Engagement during Reading Activities. *International Journal of Education, Language, and Religion*, 4(1), 31. <https://doi.org/10.35308/ijelr.v4i1.5417>
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media.
- Setiawan, S. (2020). Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana Dengan SPSS Versi 24. In *Statistik*.
- Shihab, M. Q. (2002a). Tafsir al-Miṣbāḥ, Jilid 14. In *Jakarta : Lentera Hati*.
- Shihab, M. Q. (2002b). Tafsir Al-Mishbah : pesan, kesan dan keserasian Al-Qur 'an Jilid 7. In *Lentera Hati: Vol. VII*.
- Shihab, M. Q. (2002c). *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-*

Qur'an Volume 13 (volume 13). Lentera Hati.

State of Victoria. (2023). *Reading Engagement and Enjoyment*.

Steenberg, M., Christiansen, C., Dalsgård, A., Stagis, A. M., Ahlgren, L. M., Nielsen, T. L., & Ladegaard, N. (2021). Facilitating Reading Engagement in Shared Reading. *Poetics Today*, 42(2), 229–251. <https://doi.org/10.1215/03335372-8883234>

Usfiyatur, R., Jumriyah, & Mubasyiroh. (2024). *Digital Media in Arabic anguage Learning*. 11(2). <https://doi.org/10.18860/abj.v11i2.41217>

Widiati, U., Sharif, T. I. S. T., Hanifiyah, L., & Nindya, M. A. (2023). Reading engagement of Indonesian secondary EFL teachers as literacy indicators perceived over reading resources and pleasure reading. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 12(3), 828–839. <https://doi.org/10.17509/ijal.v12i3.45559>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian



Kuesioner Penelitian: Pengaruh Media Sosial X terhadap *Reading Engagement* (Studi Pada Akun @basebuku)

Halo,

Perkenalkan nama saya Alifia Salsabila, mahasiswi S1 jurusan Perpustakaan dan Sains Informasi UIN Malang sedang melakukan penelitian akademik yang bertujuan untuk mengetahui **Pengaruh Media Sosial X terhadap *Reading Engagement* (Studi Pada Akun @basebuku)** Partisipasi Anda mengisi angket ini bersifat sukarela, tidak ada jawaban benar atau salah. Jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian, bukan untuk penilaian akademik maupun hal lain yang merugikan.

Dengan mengisi angket ini, Anda menyatakan bahwa

1. Bersedia menjadi responden penelitian.
2. Mengisi angket dengan jujur sesuai dengan keadaan yang dialami.
3. Memahami bahwa identitas dan jawaban Anda dijamin kerahasiaannya.

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah **"Pengguna aktif media sosial X yang merupakan pengikut akun @basebuku"**

Partisipasi Anda sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaan Anda, kami ucapkan terima kasih.

220607110059@student.uin-malang.ac.id [Ganti Akun](#)

Tidak dibagikan

*** Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi**

Nama *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Usia *

☐ < 18 tahun

☐ 18 - 22

☐ 23 - 27

☐ > 28 tahun

Status *

☐ Pelajar

☐ Mahasiswa

☐ Pekerja

☐ Lainnya

Apakah Anda Pengikut akun @basebuku? Jika Ya, maka Anda dapat melanjutkan * untuk mengisi kuesioner ini.

☐ Ya

☐ Tidak

Berikutnya

Kosongkan formulir

Kuesioner Penelitian: Pengaruh Media Sosial X terhadap *Reading Engagement* (Studi Pada Akun @basebuku)

220607110059@student.uin-malang.ac.id [Ganti akun](#) 

 Tidak dibagikan

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Kuesioner Penelitian: Pengaruh Media Sosial X terhadap *Reading Engagement* (Studi Pada Akun @basebuku)

Petunjuk Pengisian
 1 = Sangat Tidak Setuju
 2 = Tidak Setuju
 3 = Setuju
 4 = Sangat Setuju

Saya tertarik mengunjungi akun @basebuku setelah melihat postingan atau konten di beranda (*timeline*) *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya tertarik untuk memberikan tanggapan dengan menggunakan fitur *like/bookmark* pada postingan akun @basebuku *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merasa terdorong untuk memberikan umpan balik terhadap postingan akun @basebuku melalui interaksi seperti like, komen, re-tweet, dan kutip tweet. *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Setuju

Saya merasa anonimitas pada akun @basebuku dapat memberikan ruang nyaman bagi saya untuk berbagi pendapat melalui menfess *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya dapat dengan mudah mengakses postingan akun @basebuku *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Fitur pencarian pada akun @basebuku memudahkan saya menemukan informasi atau topik yang saya butuhkan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merasa mudah untuk berbagi postingan @basebuku kepada pengguna lain *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya terbuka untuk menerima informasi terkait buku dari akun @basebuku *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merasa kolom komentar atau fitur reply pada akun @basebuku mendukung terjadinya interaksi dengan pengikut lain *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Melalui akun @basebuku saya merasa mudah untuk bertanya mengenai informasi terkait bacaan dan aktivitas membaca *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya menilai percakapan yang terjadi pada akun @basebuku bersifat dua arah *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merasa memiliki kesamaan minat dengan pengguna lain yang mengikuti akun @basebuku *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya dapat menemukan komunitas pembaca melalui akun @basebuku *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merasa didukung oleh pengikut lain akun @basebuku dalam aktivitas membaca *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merasa terhubung dengan pengguna lain melalui akun @basebuku *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Melalui akun @basebuku saya dapat mengetahui berbagai sudut pandang tentang aktivitas membaca pengguna lain *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Interaksi yang terjadi di akun @basebuku membuat saya merasa tidak sendiri sebagai pembaca *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Akun @basebuku membantu saya terhubung dengan informasi seputar buku yang saya minati *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

[Kembali](#) [Berikutnya](#) [Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Kuesioner Penelitian: Pengaruh Media Sosial X terhadap Reading Engagement (Studi Pada Akun @basebuku)

Petunjuk Pengisian
 1 = Sangat Tidak Setuju
 2 = Tidak Setuju
 3 = Setuju
 4 = Sangat Setuju

Saya dapat membaca dalam durasi yang cukup lama tanpa terganggu oleh aktivitas lain *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya meluangkan waktu khusus untuk membaca meskipun memiliki kesibukan lain *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Membaca merupakan bagian dari rutinitas harian atau mingguan saya *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya membaca berbagai jenis bacaan (misalnya fiksi, nonfiksi, artikel panjang, buku akademik) *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya menyelesaikan bacaan yang telah saya mulai *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Membaca membuat saya menjadi rileks atau nyaman *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merasa terhubung dengan karakter, cerita, atau topik dalam bacaan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya peduli terhadap ide, tokoh, atau gagasan yang disampaikan dalam bacaan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saat membaca, saya sering merasa terhanyut dalam isi bacaan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Membaca buku adalah cara saya untuk mengeksplorasi lebih jauh tentang hal-hal yang saya minati *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☒ ☐ ☐ Sangat Setuju

Jika menemukan bagian bacaan yang sulit, saya membaca secara berulang untuk meningkatkan pemahaman saya *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya menghubungkan isi bacaan dengan pengetahuan atau pengalaman saya sebelumnya *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Jika bagian dari sebuah buku sulit dipahami, saya akan terus membacanya hingga menjadi jelas *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Jika sebuah buku menggunakan kata-kata yang tidak saya ketahui, saya akan tetap mencoba memahami cerita utamanya *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya berdiskusi dengan orang lain tentang bacaan yang saya baca *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya menikmati ketika berdiskusi tentang bacaan dengan orang lain *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merekomendasikan bacaan kepada orang lain *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya menerima rekomendasi bacaan dari orang lain *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merasa percaya diri saat membahas buku dengan orang lain *

1 2 3 4

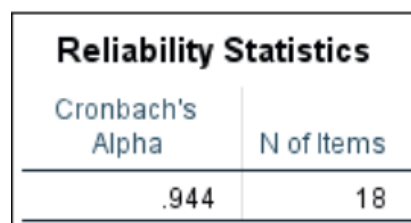
Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya memulai percakapan tentang buku dengan orang lain *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Reading Engagement* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	20

Lampiran 4. Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	3577.006	22	162.591	7.244	.000
		Linearity	2781.883	1	2781.883	123.950	.000
		Deviation from Linearity	795.124	21	37.863	1.687	.051
	Within Groups		1728.154	77	22.444		
	Total		5305.160	99			

Lampiran 5. Hasil Uji Korelasi

Correlations		Media_Sosial	Reading_Engagement
Media_Sosial	Pearson Correlation	1	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Reading_Engagement	Pearson Correlation	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Lampiran 6. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.656	4.700		4.182	.000
	X	.775	.075	.724	10.394	.000

a. Dependent Variable: Y

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.520	5.07422

a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable: Y

Lampiran 7. R Tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 8. Hasil Cek Plagiasi


Page 2 of 137 - Integrity Overview
Submission ID trn:old::3618:143858179

19% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 8 words)

Top Sources

14%  Internet sources
7%  Publications
16%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	etheses.uin-malang.ac.id	4%
2	Student papers	Universitas Muhammadiyah Ponorogo on 2020-11-14	<1%
3	Student papers	Universitas Diponegoro on 2024-09-13	<1%
4	Internet	repository.ub.ac.id	<1%
5	Student papers	Universitas Diponegoro on 2020-12-15	<1%
6	Student papers	Universitas Jenderal Soedirman on 2020-08-24	<1%
7	Internet	digilib.uin-suka.ac.id	<1%
8	Internet	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
9	Internet	bappeda.bandaacehkota.go.id	<1%
10	Student papers	LSPR Communication & Business Institute on 2025-04-30	<1%
11	Publication	Rifqoh Zahirani, Jeiha Nabila. "Pengaruh Media Sosial Instagram @Sumbar_Ranc...	<1%


Page 3 of 137 - Integrity Overview
Submission ID trn:old::3618:143858179