

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan adanya kemajuan zaman pada saat ini mengakibatkan adanya kemajuan dalam dunia teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di dunia beberapa tahun ini membuat akhirnya muncul berbagai *platform* media sosial yang menjadikan manusia saling terhubung dan mendapatkan informasi dengan mudah, baik dengan teman ataupun orang lain diberbagai belahan dunia. Sehingga adanya media sosial memberikan kebebasan terhadap masyarakat untuk melakukan penyebaran informasi ataupun kejadian yang terjadi di lingkungan sekitarnya.¹

Media sosial saat ini banyak digunakan sebagai media komunikasi, promosi atau *marketing*, media hiburan dan lain sebagainya. Hal ini disebabkan oleh penyebaran informasi melalui media sosial lebih cepat menyebar dan mendapatkan perhatian yang lebih tinggi. Dikutip dari laman *We are social* yang merupakan sebuah agensi kreatif global yang berkerja sama dengan *Hootsuite* dalam memberikan data beserta *trend* yang diperlukan dalam pertumbuhan dan perkembangan internet, media sosial dan *e-commerce* setiap tahun secara berkala dan data yang disajikan

¹ Diah Eka Septyami and Saifuddin Zuhri, "Pengelolaan Konten Media Sosial Intagram @info_tuban Dalam Peningkatan Pengikut," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 5, no. 1 (April 22, 2022): Hlm.2, accessed December 18, 2022, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/12265>.

merupakan data yang menyeluruh di seluruh belahan dunia, yang salah satunya termasuk Indonesia.²

Dalam laman tersebut mengungkapkan bahwa pertumbuhan pengguna media sosial sementara ini lebih cepat daripada penggunaan internet selama beberapa tahun terakhir, pengguna media sosial saat ini tumbuh sebesar 190 juta selama setahun terakhir dengan mencapai 4,74 miliar terhitung pada awal Oktober 2022. Pengguna media sosial global telah meningkat sebesar 4,2% selama 12 bulan terakhir yang saat ini setara dengan 59,3% dari total populasi dunia saat ini. Sedangkan dalam data terakhir pada awal februari 2022 pengguna media sosial di Indonesia sebesar 191,4 juta yang setara dengan 68,9% dari total populasi. Penggunaan media sosial di Indonesia meningkat sebesar 21 juta atau 12,6% antara tahun 2021 dan 2022.³

Namun hal ini berbanding terbalik dengan minat baca pada masyarakat Indonesia, berdasarkan indeks aktivitas literasi membaca dalam Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan serta Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 2019 dimensi akses menjadi dimensi dengan nilai indeks terendah.⁴ Akses ini masuk kategori sangat rendah dikarenakan

² Simon Kemp, "The Global State of Digital in October 2022 — DataReportal – Global Digital Insights," accessed December 5, 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot>.

³ Simon Kemp, "Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights," accessed December 5, 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.

⁴ Lukman Solihin et al., *Indeks Aktivitas Literasi Membaca 34 Provinsi* (Jakarta: Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan,

rendahnya angka perpustakaan dalam kondisi baik dan belum memadai baik dari segi fasilitas ataupun pengelolaannya terutama perpustakaan di desa. Akan tetapi dimensi alternatif yang berupa dorongan pemanfaatan teknologi informasi dapat digunakan untuk menunjang dalam memberikan informasi mengenai akses bahan bacaan serta perpustakaan.

Pemanfaatan media sosial saat ini dapat digunakan untuk meningkatkan minat baca dengan memberikan informasi-informasi yang menarik mengenai buku, perpustakaan, toko buku atau berbagai hal yang berkaitan dengan literasi. Salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan saat ini ialah media sosial Instagram. *Platform* media sosial Instagram sebagai sebuah situs berbagi foto dan video yang penggunanya dapat saling terhubung dan mengomentari unggahan yang disajikan.⁵ Interaksi yang terjalin merupakan sebuah bagian besar dari Instagram yang membuat Instagram berkembang dengan cepat.

Dari data yang disajikan pada laman *We Are Social*, Indonesia menjadi urutan keempat di dunia dalam pengguna Instagram yang berusia 18 tahun ke atas dengan jumlah 93,600 juta orang pada Oktober 2022 dengan presentase 43.4%.⁶ Penggunaan Instagram saat ini juga dijadikan sebagai media untuk melakukan berbagai kegiatan baik itu untuk promosi, membuat sebuah *campaign*, sebagai media informasi serta pembelajaran

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2019), Hlm.53-64, <https://lpmpjatim.kemdikbud.go.id/jelita/indeks-aktivitas-literasi-membaca-34-provinsi/>.

⁵ J Mattern, *Instagram* (Minneapolis: Abdo Publishing, 2016), Hlm.4-8.

⁶ Kemp, "Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights."

dan lain sebagainya.⁷ Konten-konten yang disajikan menjadikan sebuah daya tarik tersendiri untuk seseorang menjadi pengikut dari akun media sosial yang disukainya.

Pada media sosial Instagram terdapat sebuah akun bernama @sintiawithbooks yang merupakan kreator digital yang berfokus dalam membuat konten mengenai *review* bahan bacaan dan *review* tempat-tempat perbukuan seperti perpustakaan, toko buku dan kafe buku.⁸ Akun Instagram @sintiawithbooks memberikan sebuah konten baik dengan foto ataupun video yang dikemas dengan menarik kepada *followers*-nya. Konten tersebut banyak diminati oleh *followers*-nya karena adanya foto/video, *caption* atau keterangan yang berupa *review* singkat yang menjelaskan mengenai isi buku tersebut yang dikemas dengan kesan yang ringan. Selain itu adanya interaksi dari pemilik akun @sintiawithbooks dengan *followers*-nya berupa komunikasi yang baik membuat informasi tersebut dapat diterima.

Hal ini dapat dilihat dari adanya interaksi di kolom komentar pada akun @sintiawithbooks disetiap pemilik akun tersebut memposting sebuah konten yang berisikan *review* buku atau hal-hal yang berkaitan dengan bahan bacaan. Dari kolom komentar tersebut berisikan komentar-komentar yang membuat *followers* akun tersebut menjadi tertarik untuk menjadikan

⁷ Yuni Fitriani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital," *Jisamar (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)* 5, no. 4 (November 4, 2021): Hlm. 1006-1013, accessed November 13, 2022, <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/article/view/609>.

⁸ Sintia Astarina, "Instagram @sintiawithbooks," accessed February 8, 2023, <https://www.instagram.com/sintiawithbooks/>.

buku yang telah di *review* sebagai bahan bacaan, bahkan interaksi tersebut juga dapat berupa saling berbagi informasi lebih lanjut mengenai buku tersebut.⁹ Hal ini juga dapat menjadi pemicu untuk dapat menarik perhatian bagi *followers*-nya untuk dapat membaca buku tersebut dengan lengkap. Sehingga akun ini dapat membantu dalam meningkatkan minat baca pengikutnya.

Adanya kecenderungan terhadap rasa suka dan rasa ketertarikan yang lebih besar pada suatu kegiatan memaknai teks secara bermakna (membaca) yang dimanifestasikan sebagai suatu keinginan; adanya kecenderungan untuk mengamati kegiatan tersebut walaupun tidak ada yang menyuruh, atau melakukan sesuatu atas kemauan sendiri, dan adanya usaha membaca yang dilakukan karena adanya rasa senang dan dorongan dari dalam diri, merupakan faktor-faktor dari minat baca.¹⁰ Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat baca adalah sebuah perasaan ketertarikan terhadap sebuah bentuk bahasa tulis yang aktivitas tersebut terjadi karena adanya dorongan dan kemauan sendiri. Banyak faktor yang dapat mendorong seseorang untuk membaca, seperti ketersediaan dalam bahan bacaan, faktor dari dalam diri sendiri bahkan bisa juga pengaruh dari lingkungan atau teman atau dari apa yang dia lihat.

Sehingga dari latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini berfokus pada pengaruh konten media sosial Instagram @sintiawithbooks

⁹ Sintia Astarina, "Instagram @sintiawithbooks," accessed February 8, 2023, <https://www.instagram.com/sintiawithbooks/>.

¹⁰ Meity H. Idris and Izul Ramdani, *Menumbuhkan Minat Membaca pada Anak Usia Dini*, 1st ed. (Jakarta Timur: PT. Luxima Metro Media, 2014), Hlm.9.

terhadap minat membaca bagi *followers*-nya. Hal ini dikarenakan adanya respon yang baik oleh *followers* dari akun Instagram @sintiawithbooks disetiap akun ini mengunggah konten mengenai *review* buku atau hal-hal lain yang berkaitan dengan membaca. Selain itu, tentunya hal ini dapat meningkatkan minat membaca bagi *followers* akun @sintiawithbooks. Untuk itu penulis memilih judul **“Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @sintiawithbooks Terhadap Minat Baca Bagi Followers–Nya”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Rendahnya minat baca pada masyarakat Indonesia
2. Tingginya penggunaan media sosial Instagram pada masyarakat Indonesia
3. Kurangnya informasi mengenai bahan bacaan dan tempat perbukuan
4. Tidak begitu banyak ditemukan konten mengenai perpustakaan, toko buku, kafe buku dan bahan bacaan di media sosial Instagram
5. Belum diketahui adakah pengaruh konten media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap minat baca bagi *followers* – nya

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas maka peneliti membatasi masalah yang akan dibahas agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan pembahasan tidak meluas serta menyimpang

dari permasalahan. Peneliti memfokuskan penelitian ini pada pengaruh konten media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap minat baca bagi *followers* - nya. Dalam hal ini peneliti hanya mengambil populasi berupa *followers* pada akun media sosial Instagram @sintiawithbooks yang terhitung sampai pada bulan desember 2022.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Konten seperti apa yang terdapat pada media sosial Instagram @sintiawithbooks?
2. Bagaimana pengaruh konten pada media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap minat baca bagi *followers*-nya?
3. Seberapa besar pengaruh konten pada media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap minat baca bagi *followers*-nya?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui konten pada media sosial Instagram @sintiawithbooks
2. Untuk mengetahui pengaruh konten pada media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap minat baca bagi *followers* – nya

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten pada media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap minat baca bagi *followers* – nya

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari pelaksanaan kegiatan penelitian kali ini adalah, sebagai berikut :

1. Secara teoritis,
 - a. Hasil dari penelitian ini adalah diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam bidang pendidikan dan penelitian mengenai pengaruh konten pada media sosial Instagram terhadap minat baca bagi *followers* – nya.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pengetahuan dan menambah wawasan mengenai konten pada media sosial serta media sosial dapat digunakan ke hal – hal yang lebih baik.
2. Secara praktis, manfaat yang ingin dicapai adalah :
 - a. Manfaat bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai acuan atau rujukan bagi penelitian sejenis.
 - b. Manfaat bagi Universitas, yakni penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan referensi bagi semua pihak dan bagi pengguna media sosial Instagram.
 - c. Manfaat bagi masyarakat umum, sebagai bahan bacaan refleksi bagi masyarakat luas agar dapat lebih giat dalam membaca terkait berbagai informasi yang ditemukan baik dalam bahan bacaan ataupun dalam ranah digital dan media lainnya.

G. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan dari hasil pencarian yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan beberapa penelitian serupa yang berhubungan dengan topik “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @sintiawithbooks Terhadap Minat Baca Bagi *Followers*–Nya” yang pernah dilakukan sebelumnya. Walaupun beberapa penelitian memiliki kemiripan dengan penelitian yang sedang diteliti oleh penulis, akan tetapi terdapat perbedaan – perbedaan dengan penelitian–penelitian sebelumnya. Terdapat beberapa hasil penelitian berupa karya-karya yang berkaitan dengan penelitian ini yakni, sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dekka Cahya Febbyana (2019) dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Aplikasi Wattpad Terhadap Minat Baca Di Bidang Dakwah Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi Wattpad terhadap minat baca mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi di bidang dakwah dan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh aplikasi wattpad terhadap minat baca mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi di bidang dakwah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 35 partisipan yang merupakan mahasiswa dakwah dan komunikasi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah aplikasi Wattpad

dengan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat baca mahasiswa.¹¹

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Agus Yudi Raya (2021) dalam skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Kualitas Isi Konten dan Kredibilitas Sumber Informasi Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram @cegatansemarang Pada Masyarakat Kota Semarang”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 partisipan yang merupakan pengikut akun Instagram @cegatansemarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas isi konten dengan minat membaca berita di akun Instagram @cegatansemarang pada masyarakat kota Semarang dan untuk mengetahui hubungan antara kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun Instagram @cegatansemarang pada masyarakat kota Semarang.¹²

Ketiga, penelitian dari Imelda Putri Damayanti dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Wattpad* Terhadap Peningkatan Kemampuan Literasi Pemustaka UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang”.¹³ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan

¹¹ Galuh Wanda Saputri, “Pengaruh Aplikasi *Wattpad* Terhadap Minat Baca Di Bidang Dakwah Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi” (undergraduate, UIN SUNAN AMPEL SURABAYA, 2019), accessed November 13, 2022, <http://digilib.uinsby.ac.id/34613/>.

¹² Agus Yudi Raya, “Hubungan Antara Kualitas Isi Konten Dan Kredibilitas Sumber Informasi Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram@ Cegatansemarang Pada Masyarakat Kota Semarang” (PhD Thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2021), accessed November 13, 2022, <http://repository.unissula.ac.id/24529/>.

¹³ Imelda Putri Damayanti, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Wattpad* Terhadap Peningkatan Kemampuan Literasi Pemustaka UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2021), accessed February 27, 2023. <http://repository.radenfatah.ac.id/19045/>

aplikasi *wattpad* oleh pemustaka UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang, untuk mengetahui tingkat kemampuan literasi pemustaka UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi *Wattpad* terhadap peningkatan kemampuan literasi pemustaka UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sampel sebesar 100 responden.

Keempat, penelitian dari Destya Maya Putri dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.5, No. 1, April 2018 yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Line Webtoon Terhadap Minat Membaca Komik Pada Mahasiswa Universitas Riau”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial Line Webtoon terhadap minat membaca komik pada mahasiswa Universitas Riau. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanasi. Penelitian ini dilakukan terhadap 96 mahasiswa Universitas Riau dari 10 Fakultas yang menggunakan media sosial Line Webtoon. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner.¹⁴

Kelima, penelitian dari Indry Mey Ariany dalam skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Dalam Upaya Mengoptimalkan Informasi di Perpustakaan Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial Instagram (*Studi Kasus di UPT Perpustakaan Institut Teknologi Nasional dan Open*

¹⁴ Destya Maya Putri and Evawani Elysa Lubis, “Pengaruh Media Sosial Line Webtoon Terhadap Minat Membaca Komik Pada Mahasiswa Universitas Riau” (Journal:eArticle, Riau University, 2018), accessed November 13, 2022, <https://www.neliti.com/publications/208551/>.

Library Telkom University Bandung)”.¹⁵ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi promosi melalui media sosial *Instagram* dapat membawa dampak positif dalam upaya meningkatkan minat kunjung di UPT Perpustakaan Institut Teknologi Nasional dan Open Library Telkom University Bandung dan untuk mengetahui apakah strategi promosi melalui media sosial *Instagram* pada perpustakaan perguruan tinggi dapat mensukseskan kegiatan yang ada di UPT Perpustakaan Institut Teknologi Nasional dan Open Library Telkom University Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Dari kelima penelitian terdahulu ini berkaitan dengan media sosial dan minat yang merupakan topik penelitian dari penulis. Hal yang membedakan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini yaitu terletak pada objek penelitian yang merupakan *followers* dari akun media sosial Instagram @sintiawithbooks, serta fokus penelitian lebih kepada pengaruh konten media sosial Instagram terhadap minat membaca bagi *follower* - nya. Dengan waktu penelitian ini dilakukan pada tahun 2022. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu konten media sosial Instagram @sintiawithbooks dan minat baca.

H. Definisi Operasional

¹⁵ Indry Mey Ariany, “Strategi Promosi Dalam Upaya Mengoptimalkan Informasi di Perpustakaan Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial Instagram (*Studi Kasus Di UPT Perpustakaan Institut Teknologi Nasional dan Open Library Telkom University Bandung*)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018), accessed February 27, 2023, <http://repository.radenfatah.ac.id/9732/1/SKRIPSI%20INDRI.pdf>.

Definisi operasional adalah pemberian suatu arti atau mengartikan sebuah variabel yang dianalisis dalam sebuah penelitian. Adapun definisi – definisi yang terdapat dalam penelitian ini antara lain:

1. Konten

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.¹⁶ Konten berasal dari kata bahasa Inggris "*content*". Konten dalam kamus bahasa Inggris berarti isi, kinerja, konten, isi.¹⁷ Konten dapat didefinisikan sebagai "isi" yang merupakan struktur dan desain dari informasi yang disajikan di situs web atau informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.

2. Media Sosial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media merupakan sebuah perantara atau penghubung yang terletak di antara dua pihak (orang, golongan, dan lain sebagainya).¹⁸ Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sosial merupakan berkenaan dengan masyarakat, perlu adanya komunikasi.¹⁹ Sedangkan Rulli Nasrullah mengemukakan bahwa, media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna menjelaskan dirinya maupun melakukan sebuah

¹⁶ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), Hlm. 805.

¹⁷ Adi Gunawan, *Kamus Lengkap: Inggris - Indonesia, Indonesia - Inggris* (Surabaya: Penerbit Kartika, 2008), Hlm.81.

¹⁸ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Hlm. 1002.

¹⁹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Hlm. 1496.

interaksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.²⁰

3. Minat Baca

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, perhatian atau kesukaan.²¹ Sedangkan menurut Slameto, Suatu perasaan lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau kegiatan tanpa ada yang menyuruh disebut minat. Minat pada dasarnya adalah anggapan akan suatu hubungan antara sesuatu di luar diri dengan diri sendiri.²²

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), baca yang berarti mengamati serta memahami isi dari apa yang tertulis (dengan melisankan atau hanya dalam hati).²³ Sedangkan Minat baca adalah sebuah dorongan yang merangsang anak untuk memperhatikan, tertarik, dan menikmati kegiatan membaca sehingga mereka mau melakukan kegiatan membaca atas inisiatif sendiri.²⁴

I. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun dari berbagai sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya. Adapun kerangka teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

²⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), Hlm. 11.

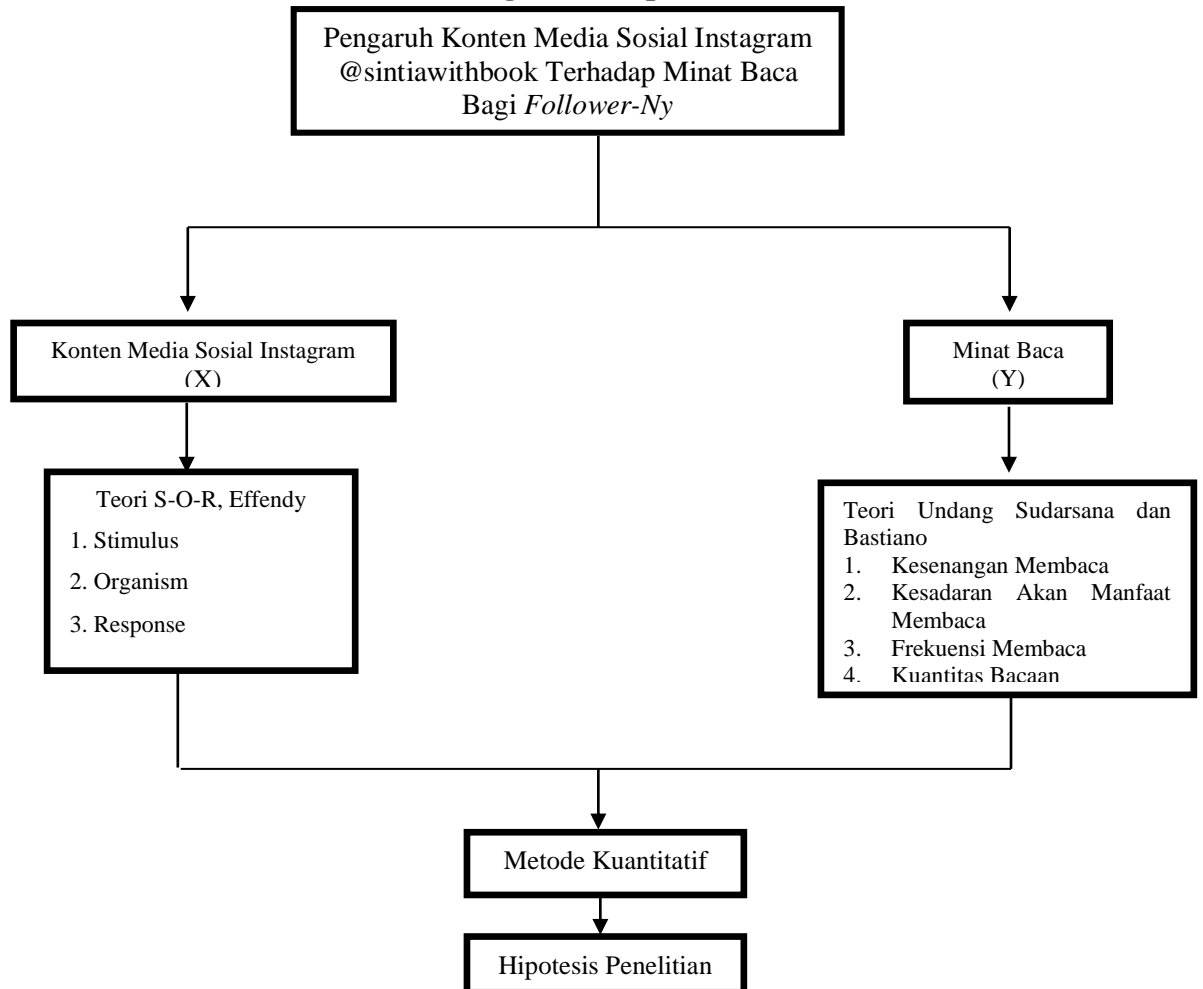
²¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Hlm. 1027.

²² Slameto, *Belajar Dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhinya* (Bandung: Rinerka Cipta, 2010), Hlm. 180.

²³ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Hlm. 110.

²⁴ Undang Sudarsana and Bastiano, *Pembinaan Minat Baca*, 2nd ed. (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), Hlm. 4.27.

Bagan 1.1
Kerangka Konseptual



Sumber: Data yang telah diolah peneliti

Dari kerangka konseptual di atas dapat diketahui bahwa penelitian ini berfokus pada Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @sintiawithbooks Terhadap Minat Baca Bagi *Followers*-nya. Dalam penelitian ini menggunakan teori S-O-R yang dikemukakan oleh Effendy yang berupa Stimulus (Pesan), Organism (Komunikan) dan Response (efek) sedangkan untuk mengukur minat baca menggunakan teori yang dikemukakan oleh Undang Sudarsana dan Bastiano yang berupa

kesenangan membaca, kesadaran akan manfaat membaca, frekuensi membaca dan kuantitas bacaan.²⁵

Dalam penelitian ini, hasil penelitian kuantitatif disajikan dalam bentuk angka-angka, dan hasil penelitian ini berupa hipotesis, yaitu pengetahuan tentang adanya hipotesis pengaruh konten media sosial instagram @sintiawithbook Terhadap Minat Baca Bagi *Followers*-nya.

J. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail terhadap suatu fenomena atau gejala. Sedangkan metode kuantitatif mempelajari teori-teori tertentu dengan memeriksa hubungan antar variabel. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel-variabel ini, memberikan data dalam bentuk angka yang dapat dianalisis menggunakan metode statistik.²⁶

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui media sosial Instagram pada akun dari seorang pengguna Instagram aktif yaitu @sintiawithbooks.

3. Sumber Data Penelitian

²⁵ Undang Sudarsana and Bastiano, *Pembinaan Minat Baca*, 2nd ed. (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), Hlm. 4.27.

²⁶ Khoiron Kusmatuti A. M and T.A Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), Hlm. 4-10.

Pada penelitian ini, terdapat dua sumber data yang dikumpulkan yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari sumber data pertama dengan sebuah teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti dalam meneliti objek permasalahan yang akan dijadikan penelitian. Data primer pada penelitian ini ialah *followers* aktif dari media sosial Instagram @sintiawithbooks.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung dalam penelitian yang biasanya dalam bentuk publikasi yang berupa literatur-literatur terdahulu mengenai minat baca dan media sosial Instagram, buku-buku, dan artikel yang berkaitan dengan masalah yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan seorang individu, kelompok ataupun suatu daerah yang memenuhi sebuah kriteria penelitian yang menjadi sebuah subjek ataupun objek di dalam penelitian dengan memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan ditarik sebuah kesimpulannya.²⁷ Sehingga di dalam penelitian ini terdapat sebuah populasi yang merupakan *followers* aktif dari media sosial Instagram @sintiawithbooks.

Berdasarkan dengan jumlah data yang telah didapatkan oleh peneliti, jumlah *followers* dari akun media sosial Instagram @sintiawithbooks pada tanggal 04 Desember 2022 pukul 23.03 WIB berjumlah 41,5K atau 41.500.²⁸

b. Sampel

Setelah mendapatkan populasi yang akan dijadikan sebagai objek penelitian ini, berikutnya adalah memilih sampel penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan sampel penelitian menggunakan *Probability Sampling* dengan teknik *simple random sampling*, ketika anggota sampel dipilih secara acak dari populasi dan setiap orang dalam populasi memiliki kesempatan yang sama.²⁹ Sehingga pengambilan sampel di dalam penelitian ini tidak memiliki kriteria khusus untuk responden. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus slovin dengan batas error 5% (0,05) dikarenakan populasi dalam penelitian ini lebih dari 1000 responden.

²⁷ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Pres, 2005), Hlm.102.

²⁸ Instagram @sintiawithbooks, diakses pada tanggal 04 Desember 2022 dari <https://www.instagram.com/sintiawithbooks/>

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), Hlm.18.

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Nilai Presisi (5%)

Berdasarkan jumlah populasi yang telah didapatkan kemudian dimasukkan ke dalam rumus slovin sebagai berikut :

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

$$n = \frac{41.500}{1 + 41.500 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{41.500}{105}$$

$$n = 395$$

Dengan ini dari jumlah populasi sebesar 41.500 *followers* dari akun @sintiawithbooks, maka didapatkan sampel sebesar 395 responden yang akan memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap suatu masalah, tetapi hanya bisa berupa dugaan karena belum pasti. Cara hipotesis digunakan dalam sebuah penelitian tergantung pada masalah atau

tujuan penelitian.³⁰ Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan dugaan sementara mengenai penelitian yang perlu diuji kebenarannya melalui pengujian empiris. Berikut ini adalah hipotesis penelitian:

Hipotesis Alternatif (Ha) : Konten media sosial Instagram @sintiawithbooks berpengaruh terhadap minat baca bagi *followers* -nya.

Hipotesis Nol (Ho) : Konten media sosial Instagram @sintiawithbooks tidak berpengaruh terhadap minat baca bagi *followers* -nya.

Dalam penelitian ini menguji hipotesis dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 26.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu berupa:

a. Angket/ Kuesioner

Sugiyono mengemukakan bahwa kuesioner merupakan sebuah teknik dalam pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan pernyataan kepada responden untuk dijawab.³¹ Sehingga berdasarkan dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kuesioner ialah sebuah alat atau instrumen di dalam penelitian

³⁰ S Siyoto and M.A Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), Hlm. 56-58.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), Hlm. 142.

yang berupa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden yang hasil dari jawaban responden ini merupakan sebuah data penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti membuat sebuah angket/kuesioner yang akan disebarakan kepada responden melalui *google form*, link dari angket tersebut akan dibagikan kepada *followers* dari akun Instagram @sintiawithbooks melalui *direct message* (DM). Kemudian data tersebut akan dianalisis dan dihitung untuk mengetahui bagaimana pengaruh konten media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap minat membaca bagi *followers* - nya. Dalam penelitian ini jenis angket yang digunakan yaitu angket tertutup, dimana responden hanya perlu menjawab pernyataan dengan jawaban yang telah tersedia.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan pengambilan data-data yang didapatkan melalui gambar ataupun video yang berkaitan dengan masalah penelitian.³² Dokumentasi tersebut berupa gambar yang berupa *screenshot*-an konten pada media sosial Instagram @sintiawithbooks

7. Variabel Penelitian

³² Helen Sabera Adib, *Metodologi Penelitian* (Palembang: NoorFikri, 2016), Hlm. 37.

Variabel penelitian adalah karakteristik atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai jenis-jenis tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.³³ Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa macam variabel, namun pada umumnya di dalam penelitian dikenal dengan adanya variabel *independen* ataupun disebut dengan variabel bebas. Variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya variabel *dependen* disebut variabel *independen*. Kedua, variabel *dependen*, juga dikenal sebagai variabel terikat, adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Adapun di dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu konten media sosial Instagram sebagai variabel X yang mempengaruhi dan minat baca sebagai variabel Y yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini, peneliti mengukur dua variabel tersebut dengan instrument konten media sosial Instagram menggunakan teori S-O-R yang dikemukakan oleh Effendy dan menggunakan instrument minat baca yang dikembangkan oleh Undang Sudarsana dan Bastiano. Adapun variabel dan indikator dalam penelitian ini sebagai berikut:

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, Hlm.142.

Tabel 1.1
Variabel dan Indikator Konten Media Sosial Instagram

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Item
Konten Media Sosial Instagram	Stimulus	Pesan yang disampaikan mendapatkan perhatian, pemahaman terhadap pesan, penerimaan terhadap pesan	1, 2, 3, 4
	Organism	Penerima pesan atau penerima dorongan	5,6,7
	Response	Terjadinya perubahan sikap/perilaku	8,9,10

Tabel 1.2
Variabel dan Indikator Minat Baca

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Item
Minat Baca	Kesenangan Membaca	Adanya rasa ketertarikan terhadap bahan bacaan	11,12, 13,14
	Kesadaran akan Manfaat Membaca	Adanya pemahaman mengenai manfaat membaca buku dan mengetahui bacaan yang dibaca	15,16
	Frekuensi Membaca	Seberapa sering membaca bahan bacaan	17,18, 19,20
	Kuantitas Bacaan	Adanya sumber bacaan yang variatif	21,22, 23

8. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini berfungsi untuk digunakan sebagai sebuah bantuan dalam mengumpulkan data yang digunakan, serta menyusun

instrumen merupakan sebuah langkah yang penting dalam pola prosedur penelitian.³⁴ Dalam penelitian ini, proses pengumpulan data dalam instrumen penelitian menggunakan penyebaran kuesioner atau angket yang terdiri dari beberapa pernyataan yang didalamnya berkaitan dengan indikator yang menjelaskan masing – masing variabel yang digunakan. Pengukuran instrumen ini dengan menggunakan *skala likert*. Pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial diukur dengan menggunakan *skala Likert*.³⁵

Untuk mengukur variabel di atas menggunakan skala likert sebanyak empat tingkat untuk menghindari adanya bias, maka skala likert yang digunakan sebagai berikut:³⁶

Tabel 1.3
Skala Likert

Skala Likert	Keterangan	Skor
SS	Sangat Sering	4
S	Sering	3
TS	Tidak Sering	2
STS	Sangat Tidak Sering	1

Sumber Data: Sugiyono, 2018

³⁴ S Siyoto and M.A Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Hlm. 77–78.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, Hlm. 93.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Hlm. 136.

9. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah tolok ukur yang menyatakan kevalidan atau kebenaran dalam suatu instrumen. Pengujian validitas ini mengacu pada pengukuran instrumen dalam menjalankan fungsinya. Instrumen dapat dikatakan valid jika instrumen tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur. Cara pengukuran validitas dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis *Pearson Product Moment* yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh konten media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap minat baca bagi *followers* – nya.³⁷

Pengujian validitas di dalam penelitian ini menggunakan sebuah korelasi *Pearson Product Moment* (r) dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 26, dimana item penelitian dianggap valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta dapat dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$. Perhitungan dalam korelasi *Pearson Product Moment* ini menggunakan rumus sebagai berikut:³⁸

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

³⁷ S Siyoto and M.A Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Hlm. 89.

³⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), Hlm.171.

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi skor butir (X) dengan total (Y)

n : Ukuran sampel (responden)

X : Skor butir

Y : Skor total

X^2 : Kuadrat skor butir X

Y^2 : Kuadrat skor butir Y

XY : Perkalian skor butir X dengan skor butir Y

Sebelum menyebarkan kuesioner kepada 395 responden, dilakukan uji validitas terhadap kuesioner dengan 30 pernyataan kepada 30 orang di luar sampel. Signifikansi uji validitas dilakukan dengan membandingkan "r" hitung dan r-tabel dengan menggunakan rumus *degree of freedom* (df):

$$df = n - k$$

Keterangan:

$df = \text{degrees of freedom}$

$n =$ jumlah responden

$k =$ jumlah variabel

Dengan begitu nilai $df = 30-2$ yaitu 28, maka nilai r_{tabel} adalah 0,374. Artinya jika r_{hitung} lebih besar dari 0,374 maka pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 1.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Konten Media Sosial Instagram

No. Item	r_{xy}	$R_{\text{tabel } 5\% (28)}$	Keterangan
1	0,615	0,374	Valid
2	0,630	0,374	Valid
3	0,732	0,374	Valid
4	0,806	0,374	Valid
5	0,716	0,374	Valid
6	0,725	0,374	Valid
7	0,689	0,374	Valid
8	0,704	0,374	Valid
9	0,641	0,374	Valid
10	0,638	0,374	Valid

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS

Dari tabel 1.4 dapat diketahui bahwa dari 10 pernyataan variabel X yang telah dilakukan uji validitas, semua butir pernyataan memperoleh $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga seluruh butir pernyataan valid.

Tabel 1.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Minat Baca

No. Item	r_{xy}	$R_{\text{tabel } 5\% (28)}$	Keterangan
1	0,481	0,374	Valid
2	0,467	0,374	Valid
3	0,699	0,374	Valid
4	0,618	0,374	Valid
5	0,396	0,374	Valid
6	0,478	0,374	Valid
7	0,631	0,374	Valid
8	0,639	0,374	Valid
9	0,593	0,374	Valid
10	0,240	0,374	Tidak Valid

11	0,507	0,374	Valid
12	0,683	0,374	Valid
13	0,696	0,374	Valid

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS

Dari tabel 1.5 dapat dilihat bahwa dari 13 pernyataan variabel Y terdapat 1 pernyataan yang dinyatakan tidak valid karena $r_{tabel} > r_{hitung}$, sehingga Y10 yang dinyatakan tidak valid tidak digunakan sehingga hanya 12 butir item pernyataan yang digunakan.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas mengukur variabel-variabel melalui pertanyaan atau pernyataan untuk menentukan apakah data yang dihasilkan dapat diterima atau tidak.³⁹ Dalam penelitian ini menggunakan realibilitas *Cronbach's Alpha* yang apabila telah dilakukan uji realibilitas dapat dilihat hasil dari tingkat realibilitas angket dari masing - masing variabel yaitu Konten Media Sosial Instagram @sintiawithbooks (X) dan Minat Baca (Y). Uji realibilitas bisa dilihat berdasarkan daripada kriteria nilai *Cronbach's Alpha* $> r_{tabel}$ yang artinya reliabel dan jika nilai *Cronbach's Alpha* $< r_{tabel}$ artinya tidak reliabel. Pada uji realibilitas dari kuesioner atau angket penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 26. Berikut ini rumus perhitungan menggunakan *Cronbach's Alpha* yaitu:

³⁹ Darma B, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2* (Jawa Barat: Guepedia, 2021), Hlm.17.

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r = Koefisien reabilitas yang dicari

k = Jumlah item pernyataan

σ_i^2 = Varians responden tiap item

σ^2 = Varians skor total

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan reliabel.

Tabel 1.6
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	r_{xy}	$R_{tabel} 5\% (28)$	Keterangan
X	0,872	0,374	Reliabel
Y	0,802	0,374	Reliabel

Sumber: Data yang diolah dengan spss

10. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:⁴⁰

a. Editing

Editing ialah pengecekan atau pemeriksaan terhadap data yang terkumpul dari hasil di lapangan melalui penyebaran angket atau kuesioner yang dilakukan peneliti melalui *direct message* Instagram. Tujuannya untuk menghilangkan sebuah kesalahan – kesalahan yang terjadi di lapangan dan bersifat koreksi.

⁴⁰ Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Hlm.24.

b. *Coding* (Pengkodean)

Pada tahap ini, peneliti melakukan pengkodean dengan memberikan kode-kode pada semua data dalam kategori yang sama. Kode-kode tersebut berupa huruf atau angka yang memberikan petunjuk atau identitas pada data atau informasi yang sedang dianalisis. *Tabulating*

Pada tahap ini, peneliti melakukan pembuatan tabel – tabel yang berisi data mentah untuk dilakukan analisis perhitungan statistik nilai angket yang didapatkan dari hasil penyebaran angket yang dilakukan oleh peneliti.

c. Penyajian Data Tersusun

Penyajian data tersusun ialah melakukan hasil pengelompokan data yang telah melalui sebuah proses *editing* sampai dengan tabulasi yang kemudian data tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel.

11. Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini metode analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif. *Mean* (rata-rata) dan rata-rata keseluruhan digunakan untuk analisis data penelitian ini. Nilai rata-rata untuk setiap instrumen dihitung dengan menggunakan rumus *mean*.⁴¹

⁴¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Hlm. 135.

Metode ini digunakan untuk menganalisis variabel yang terdapat pada penelitian yaitu Konten Media Sosial Instagram @sintiawithbooks (X) dan Minat Baca (Y). Analisis data dilakukan dengan menggunakan rumus mean sebagai berikut:⁴²

$$\text{Mean } X = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan:

Me : Mean (rata – rata)

Σ : Epsilon (Jumlah)

X_i : Nilai dari x ke i sampai ke n

N : Jumlah Individu

Setelah mengetahui rata – rata dari jawaban responden, dilakukan perhitungan menggunakan rumus grand mean untuk mengetahui rata – rata umum dari masing – masing butir pernyataan.

$$\text{Grand mean (x)} = \frac{\text{Total rata-rata hitung}}{\text{jumlah pernyataan}}$$

Untuk mencari rentang skala dari jawaban responden dengan menggunakan rumus:

$$R_s = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

Rs : rentang skala

m : skor tertinggi

n : skor terendah

⁴² Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, 1st ed. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), Hlm. 140.

b : skala penilaian

$$R_s = \frac{m-n}{b}$$

$$R_s = \frac{4-1}{4}$$

$$R_s = \frac{3}{4}$$

$$R_s = 0,75$$

Sehingga dapat diketahui rentang skala pada penelitian ini adalah 0,75. Dengan rentang skala 0,75 kemudian didapat nilai interpretasi skor bila nilai rata-rata hitung sebagai berikut:

Tabel 1.6
Skala Penilaian

No	Skor	Kategori
1.	3,28-4,03	Sangat Tinggi
2.	2,52-3,27	Tinggi
3.	1,76-2,51	Rendah
4.	1,00-1,75	Sangat Rendah

Sumber: Data yang telah diolah

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini untuk mengetahui hubungan kedua variabel apakah mengarah ke positif atau negative, serta untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau penurunan.⁴³ Teknik analisis data pada

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2018), Hlm. 236–238.

penelitian ini juga menggunakan analisis regresi linear sederhana yang dimana bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel bebas (*independent*) yang dilambangkan X yaitu konten media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap suatu variabel terikat (*dependent*) yang dilambangkan Y yaitu minat baca. Adapun rumus persamaan regresi adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Nilai dari variabel terikat atau variabel akibat

a : Nilai konstanta

b : Koefisien regresi yang menyatakan angka peningkatan atau penurunan dari variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas.

X : Variabel bebas atau variabel penyebab (*independent*)

Pengujian pengaruh konten media sosial Instagram @sintiawithbooks terhadap minat baca bagi *followers*-nya dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) for *windows version 26*.

K. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini terbagi menjadi beberapa bab yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat penelitian, definisi operasional, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Berisi mengenai teori yang digunakan oleh penulis yaitu teori konten media sosial Instagram dan teori minat baca.

BAB III Gambaran Umum

Bab ini berisikan mengenai uraian mengenai akun Instagram @sintiawithbooks.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini mencakup mengenai hasil penelitian mengenai apa ada hubungan antara pengaruh konten media sosial pada Instagram @sintiawithbooks dengan minat baca bagi *followers* - nya dan seberapa besar tingkat pengaruh konten media sosial pada Instagram @sintiawithbooks dengan minat baca bagi *followers* - nya

BAB V Penutup

Bab ini mencakup kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari penulis terhadap jawaban yang ditemukan dalam permasalahan pada penelitian ini.