

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konten

1. Definisi Konten

Konten dalam kamus bahasa Indonesia adalah informasi yang telah terdapat melalui produk atau media elektronik.¹ Banyak media yang berbeda yang dapat menyediakan konten baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti Internet, televisi, CD audio, dan bahkan sekarang sudah melalui telepon genggam (*handphone*). Namun, terminologi ini juga dapat diartikan sebagai konten dari sebuah media di dunia teknologi saat ini, seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, file audio, iklan, dan bentuk konten media lainnya yang dibuat oleh sistem atau layanan *online* yang dibuat oleh pengguna, yang biasanya dijalankan melalui situs web media *online*.

Menurut Finy F. Basarah dan Gustina, konten adalah bentuk informasi yang tersedia pada sebuah laman sebuah situs atau informasi yang telah ada melalui media. Kata ini digunakan untuk menandai dan menguantifikasi dalam bentuk dan jenis informasi sebagai sebuah bagian nilai tambah media.² Menurut Huang, konten media sosial adalah informasi dan hiburan yang disediakan oleh individu, perusahaan, atau organisasi di platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook. Agar sepenuhnya efektif, konten media sosial harus

¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Hlm. 805.

² Finy F. Basarah and Gustina Romaria, "Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial," *Jurnal Abdi Masyarakat* 5, no. 2 (2020): Hlm. 24, accessed February 1, 2023, <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jam/article/view/7536/3106>.

ditargetkan secara hati-hati kepada audiens, karena penempatan di platform media sosial memungkinkan terjadinya sebuah interaksi yang lebih cepat serta langsung dengan pengguna.³

Sehingga dari definisi tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa konten merupakan sebuah informasi yang disajikan melalui berbagai media atau *platform* yang memungkinkan adanya sebuah interaksi antarpenggunanya dan pesan yang disampaikan ditujukan untuk sebuah kelompok.

2. Konten Digital

Konten digital adalah konten yang telah dibuat dalam berbagai bentuk atau format seperti tulisan, video, gambar, audio atau kombinasi dari semua itu dan dapat disimpan, dibaca, diaplikasikan ke dalam mesin digital dan dengan mudah dibagikan ke dalam media digital dan media online melalui proses digitalisasi.⁴

Konten digital digunakan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan ide dan pemikiran secara terstruktur terhadap pengguna dan melibatkan pengembangan berita, sebuah bahan pendidikan dan hiburan untuk disalurkan melalui Internet atau media elektronik lainnya. Pembuatan konten digital melibatkan banyak langkah, mulai dari pengembangan ide hingga implementasi ide dan pengemasan hingga

³ Guanxiang Huang, "Platform Variation and Content Variation on Social Media: A Dual-Route Model of Cognitive and Experiential Effects," *Journal of Promotion Management* 26, no. 3 (April 15, 2020): Hlm. 396-433, accessed February 1, 2023, <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1699633>.

⁴ Husna, Jazimatul. "Peran Pustakawan Sebagai Kreator Konten Digital." *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi* 3, no. 2 (June 21, 2019): Hlm. 173-84, accessed September 1, 2023, <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/5236/2819>.

penyimpanan konten yang sudah jadi. Kreativitas dalam industri konten digital tidak hanya bergantung pada keterampilan individu, tetapi juga pada integrasi keterampilan individu ke dalam proses kerja yang interaktif.⁵

B. Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

Media dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai perantara atau penghubung antara dua pihak.⁶ Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosial diartikan yang berkenaan dengan masyarakat atau perlu adanya komunikasi.⁷ Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar-dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan berbagi isi buatan pengguna.⁸

Menurut Van Dijk dalam Rully Nasrullah, media sosial adalah sebuah tempat media yang menekankan pada eksistensi pengguna dan mendukung mereka dalam beraktivitas dan bekerja sama.⁹ Sehingga, media sosial dapat digunakan sebagai media *online* (perantara) yang

⁵ Sugiono, Shiddiq. "Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0 (Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective)." *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)* 22, no. 2 (December 28, 2020): 175–91. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.22.2.2020.175-191>.

⁶ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Hlm. 1002.

⁷ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Hlm. 1496.

⁸ Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business horizons* 53, no. 1 (2010): Hlm. 59-68, accessed November 13, 2022, https://www.researchgate.net/profile/Andreas-Kaplan/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media/links/5a2cd570aca2728e05e0a561/Users-of-the-World-Unite-The-Challenges-and-Opportunities-of-Social-Media.pdf.

⁹ Rully Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi*, Hlm. 9.

mempererat jalinan sebuah hubungan antar pengguna sebagai ikatan sosial. Menurut Rully Nasrullah, media sosial didefinisikan sebagai sebuah media di internet yang memungkinkan para penggunanya mempresentasikan diri, berinteraksi dengan orang lain, berbagi, berkomunikasi, dan membangun ikatan sosial secara virtual.¹⁰

Dari beberapa definisi yang dikemukakan, peneliti menyimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah media perantara untuk menjalin sebuah komunikasi atau menjalin sebuah hubungan interaksi terhadap sesama penggunanya. Sebuah teori yang dikemukakan oleh C. Hovland dan Kelly merupakan teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response). Unsur-unsur dalam model ini yaitu:¹¹ Sumber rangsangan adalah *stimulus*, *organism* adalah penerima rangsangan komunikasi, dan umpan balik yang dihasilkan adalah *response*. Teori ini mengasumsikan bahwa pesan-pesan informasi dalam masyarakat modern direncanakan oleh media dan disebarkan secara terstruktur dalam skala besar sehingga pesan tersebut dapat diterima secara serentak oleh masyarakat dan khalayak kemudian bereaksi terhadap informasi tersebut.

Teori S-O-R menyatakan bahwa organisme menunjukkan perilaku tertentu di bawah kondisi stimulus tertentu. Ini berarti bahwa keadaan internal organisme menghasilkan respons tertentu di bawah kondisi stimulus tertentu. Dalam mempelajari pola perilaku baru, Hovland, Jains

¹⁰ Rully Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi*, Hlm. 9-10.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), Hlm. 12.

dan Kelly menemukan bahwa perhatian, pemahaman, dan penerimaan adalah tiga faktor penting.



Sumber Data: Effendy, 2003

2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial mempunyai keterbatasan dan ciri khusus tertentu dibandingkan dengan media lainnya. Media sosial diawali dengan pemahaman tentang bagaimana media dapat digunakan sebagai sebuah alat sosial di dunia maya sehingga terdapat ciri-ciri media sosial yang dapat digunakan dalam bidang-bidang seperti jurnalistik, hubungan masyarakat, pemasaran dan politik. Adapun karakteristik media sosial yaitu:¹²

1) Jaringan (*Network*)

Jejaring sosial adalah fitur media sosial. Struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau di internet adalah dasar dari media sosial. Jaringan yang dimediasi secara teknologi oleh perangkat elektronik seperti komputer, ponsel, atau tablet disebut jaringan yang terbentuk di antara pengguna. Media sosial berfungsi untuk membangun jaringan di antara para penggunanya, baik yang saling mengenal di dunia nyata maupun tidak. Namun, media sosial

¹² Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, Hlm. 15-33.

menawarkan kepada penggunanya sebuah media untuk berhubungan melalui mekanisme teknologi.

2) Informasi (*Information*)

Media sosial berisi informasi. Pengguna dapat menyatakan identitas mereka, membuat konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi dengan menggunakan media sosial. Di media sosial, informasi menjadi hal yang dipergunakan oleh penggunanya. Pemakai menggunakan media sosial. Pada hal ini, media sosial adalah sebuah produk yang dihasilkan dan didistribusikan kepada para penggunanya. Pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang, disadari atau tidak, mengarah pada jaringan antar institusi masyarakat.

3) Arsip (*Archive*)

Bagi mereka yang menggunakan media sosial, arsip adalah data tersimpan yang dapat dicapai kapan saja, dimana saja. Arsip berubah dalam dua cara karena teknologi komunikasi, setiap pengguna internet dapat mengakses arsip dan melakukan perubahan, dan arsip berevolusi karena apa yang disebut oleh Appadurai sebagai "sifat dan distribusi penggunanya" atau '*the nature and distributions of its users*'.

Media sosial adalah sejenis perpustakaan virtual. Sebagaimana sebuah perpustakaan, media sosial memiliki kode panggil dan kode rak. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan hashtag atau *tag*.

Aktivitas mentagar (*tagging*) ini untuk menandakan topik apa yang sedang dibicarakan pengguna.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Ciri dasar media sosial adalah pembentukan jaringan antar pengguna adalah fitur utama dari media sosial. Jaringan ini harus dibangun melalui interaksi antar pengguna, tidak hanya dengan membangun jaringan pertemanan atau pengikut di internet. Dengan mudah interaksi yang terjadi di media sosial setidaknya berupa saling berkomentar atau memberi tanda seperti acungan jempol "*likes*".

Interaksi juga merupakan sebuah ide yang mengatasi batasan ruang dan waktu. Komunikasi virtual dapat berlangsung kapan saja dan melibatkan pengguna dari berbagai tempat.

5) Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media sosial adalah tempat masyarakat berada di dunia maya. Pengguna media sosial disebut sebagai warga negara digital yang terbuka dan bebas. Namun, ada aturan dan standar etika yang harus diikuti oleh pengguna saat menggunakan media sosial. Aturan-aturan ini dapat disebabkan oleh perangkat teknologi seperti mesin atau interaksi antara pengguna lain.

Gagasan mengenai konsep simulasi adalah bahwa persepsi orang digantikan oleh realitas semu. Hal ini karena gambar yang ditampilkan di media membuat khalayak seolah-olah tidak dapat membedakan antara apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang ditampilkan di layar. Interaksi di media sosial digambarkan sebagai sesuatu yang dekat dengan kenyataan, namun merupakan simulasi dan terkadang sangat berbeda.

6) Konten Oleh Pengguna (*User-Generated Content*)

Ciri lain dari media sosial juga memiliki konten yang dibuat oleh pengguna, yang lebih dikenal dengan sebutan konten buatan pengguna atau *user-generated content*. Dalam teknologi media baru, pengguna memiliki kesempatan dan kebebasan untuk berkontribusi atau berpartisipasi. Media baru, termasuk media sosial, menawarkan alat dan teknologi baru kepada pengguna untuk melakukan pengarsipan, membuat anotasi, mengadaptasi, dan mengedarkan kembali konten media dan hal ini mengarah pada kondisi produksi media yang tercipta dari dirinya sendiri.

7) Penyebaran (*Share/Sharing*)

Fitur lain dari media sosial adalah penyebaran. Pengguna tidak hanya membuat dan mengonsumsi konten di media tersebut. Fitur media sosial ini menunjukkan bahwa penggunanya tidak hanya membuat konten, tetapi juga aktif menyebarkannya.

3. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Rulli Nasrullah terdapat enam kategori besar dalam pembagian media sosial, yakni:¹³

1) Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Dalam jenis media sosial, jejaring sosial merupakan media yang paling populer. Media-media ini merupakan alat yang bisa digunakan pengguna untuk menjaga hubungan sosial di internet, termasuk dampak atau efek dari hubungan sosial tersebut. Situs media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* merupakan media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam jejaring sosial dan media sosial yang dimanfaatkan untuk menyebarluaskan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan opini pengguna.

Fitur utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna dapat membangun sebuah jaringan pertemanan, baik dengan pengguna yang telah mereka kenal dan kemungkinan besar akan sering bertemu di dunia nyata, atau dengan pengguna yang sudah mereka kenal dan kemungkinan besar akan sering bertemu. Membangun pertemanan baru bergantung pada kesamaan seperti hobi atau minat, pandangan politik, latar belakang sekolah/universitas, dan profesi.

2) Jurnal Online (*Blog*)

Blog adalah media sosial yang dapat membuat pengguna untuk memposting kegiatan harian mereka, berkomentar dan berbagi tautan web, informasi dan informasi lainnya. Asal mula istilah blog berasal

¹³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, Hlm. 39-49.

dari kata "*web blog*" yang diperkenalkan oleh John Berger pada tahun 1997, yang mengacu pada buku harian online pribadi. Pengguna blog bersifat pribadi dan konten yang dipublikasikan berhubungan dengan pengguna.

Jenis media sosial ini dapat terbagi menjadi dua jenis, yang pertama adalah situs web pribadi di mana pemiliknya menggunakan nama domain mereka sendiri seperti .com atau .net. Yang kedua adalah menggunakan platform weblog gratis seperti *Wordpress* (www.wordpress.com) atau *Blogspot* (www.blogspot.com).

3) Jurnal Online Sederhana Atau Mikroblog (*Micro-Blogging*)

Microblogging adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menulis dan menyebarkan aktivitas dan opini mereka. Pengenalan jenis media sosial ini secara historis terkait dengan kemunculan Twitter, yang hanya menyediakan ruang terbatas atau hingga 140 karakter.

4) Media Berbagi (*Media Sharing*)

Situs web berbagi media adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi media seperti dokumen, video, audio, gambar, dan lain-lain dengan orang lain. YouTube adalah contoh berbagi media yang umum. Snapfish, Photobucket, atau Flickr.

5) Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Bookmark sosial adalah media sosial yang digunakan untuk mengatur, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita

tertentu di Internet. Salah satu fitur dari jejaring sosial ini adalah berisi informasi tentang berapa banyak situs web yang berisi konten. Beberapa situs *social bookmarking* yang terkenal adalah *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com* dan *LintasMe*, yang digunakan di Indonesia.

6) Media Konten Bersama

Ini adalah situs web media sosial yang kontennya dibuat oleh penggunanya. Wiki, mirip dengan kamus atau ensiklopedi, menunjukkan kepada pengguna arti, sejarah masa lalu, dan referensi buku atau tautan ke sebuah kata. *Wikipedia* adalah jejaring sosial populer yang menggunakan konten untuk berbagi secara kolaboratif. Situs wiki hanya menyediakan perangkat lunak yang dapat digunakan siapa saja untuk mengisi, mengedit, dan bahkan mengomentari halaman yang dijelaskan.

C. Instagram

1. Definisi Instagram

Instagram merupakan sebuah situs untuk berbagi foto dan video.¹⁴ Melalui postingan konten visual, pengguna dapat menemukan lebih banyak tentang orang yang mereka ikuti. Postingan pada laman Instagram oleh pengguna berkisar dari foto hewan peliharaan yang lucu hingga gambar peristiwa penting dalam hidup mereka dan pengguna dapat

¹⁴ Jefferly Helianthusonfri, *Instagram Marketing Untuk Pemula* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2021), Hlm. 1-35.

meninggalkan komentar di postingan orang lain.¹⁵ Penggunaan fotografi untuk mengomunikasikan pengalaman dari kehidupan sehari-hari telah berkembang cukup populer. Sehingga Instagram sangat menekankan interaksi semacam ini.

2. Sejarah Instagram

Instagram awal mulanya didirikan pada tanggal 6 Oktober 2010 dengan tujuan Instagram menjadi situs berbagi foto dan video dan penggunanya dapat mengunggah foto ataupun video serta dapat mengomentari unggahan pengguna lainnya. Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang sebelumnya sama-sama bekerja di sebuah *start-up*.¹⁶ Kevin Systrom merupakan salah satu pendiri dari Instagram. Pada tahun 2009, Systrom bekerja untuk sebuah situs web perjalanan yang bernama *Nextstop*.

Sementara itu, Systrom memiliki sebuah gagasan untuk membangun aplikasi ini. Dan kemudian mengajak Mike Krieger untuk membangun aplikasi ini. Keduanya merupakan teman kelas saat sedang menempuh pendidikan di Universitas Stanford. Pendiri menyadari bahwa penggunanya paling sering menggunakan Instagram untuk berbagi foto aplikasi, sehingga munculah sebuah gagasan untuk membuat sebuah aplikasi untuk berbagi foto melalui pengambilan gambar dari ponsel pintar.

¹⁵ J Mattern, *Instagram* (Minneapolis: Abdo Publishing, 2016), Hlm. 4.

¹⁶ J Mattern, *Instagram* (Minneapolis: Abdo Publishing, 2016), Hlm. 8.

Di dalam aplikasi ini terdapat alat khusus untuk mengedit foto dengan pengguna dapat membuat keterangan pada foto mereka dan memberikan sebuah komentar untuk foto pengguna lainnya.¹⁷ Kemudian Kevin Systrom dan Mike Krieger memberi nama aplikasi ini dengan nama Instagram yang merupakan sebuah perpaduan dari kata *instant* dan *telegram*. Aplikasi ini diluncurkan pada 06 Oktober 2010.

D. Minat Baca

1. Definisi Minat

Minat secara umum dapat didefinisikan sebagai kecenderungan yang mengarahkan seseorang untuk mencari atau melakukan sebuah kegiatan dalam bidang tertentu.¹⁸ Minat adalah keinginan untuk melakukan atau memperhatikan sesuatu. Minat juga berarti mendukung sesuatu yang tidak terikat atau dipaksa untuk melakukannya.

Minat menurut Pawit M. Yusuf adalah suatu rasa suka atau perhatian yang terus menerus terhadap suatu objek karena objek tersebut menjanjikan suatu keuntungan.¹⁹ Kecenderungan dan keinginan yang kuat untuk melakukan sesuatu juga disebut minat. Bakat dapat mempengaruhi minat, bukan bawaan sejak lahir. Untuk membangkitkan minat dan menjadi kebiasaan, minat harus dibangkitkan atau didorong.²⁰

¹⁷ J Mattern, *Instagram* (Minneapolis: Abdo Publishing, 2016), Hlm. 4-8.

¹⁸ Undang Sudarsana and Bastiano, *Pembinaan Minat Baca*, 2nd ed, Hlm. 4.24.

¹⁹ Undang Sudarsana and Bastiano, *Pembinaan Minat Baca*, 2nd ed, Hlm. 4.25.

²⁰ Hery Widodo, *Cara Meningkatkan Minat Baca Siswa* (Semarang: Mutiara Aksara, 2019), Hlm. 3.

Sehingga dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan sesuatu kecenderungan terhadap bidang tertentu atau adanya ketertarikan terhadap suatu hal tanpa merasa terpaksa.

2. Definisi Baca

Membaca dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti melihat serta mengerti isi dari apa yang terdapat pada tulisan (dengan melisankan atau hanya dalam hati).²¹ Dalman dalam bukunya *Keterampilan Membaca* mengemukakan pendapat tentang pengertian membaca menurut Tarigan.²² Menurut Tarigan, membaca adalah sebuah proses yang dilakukan serta dilakukan oleh pembaca untuk mendapatkan sebuah informasi yang akan disampaikan oleh penulis melalui media kata-kata atau bahasa tulis.

Sedangkan Juel mengartikan bahwa membaca adalah proses untuk mengenal kata dan memadukan arti kata dalam kalimat dan struktur bacaan.²³ Pemahaman ini menyatakan bahwa membaca bukan hanya proses visual, tetapi melibatkan dua jenis informasi yang pertama yang terdapat di depan mata kita dan yang kedua yang ada di belakang mata kita. Hasil akhir dari proses membaca adalah seseorang mampu memahami esensi dari bacaan.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa baca merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah pesan atau informasi melalui sebuah tulisan.

²¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Hlm.110.

²² Dalman, *Keterampilan Membaca*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), Hlm. 4-8.

²³ Undang Sudarsana and Bastiano, *Pembinaan Minat Baca*, 2nd ed., Hlm. 4.25.

3. Definisi Minat Baca

Menurut Nurhaidah dan Musa minat baca merupakan sumber dorongan yang kuat untuk seseorang dapat menganalisa, mengingat, dan mengevaluasi bacaan yang telah mereka baca, yang menjadikan sebuah pengalaman belajar yang menyenangkan dan akan mempengaruhi bentuk dan intensitas seseorang dalam menentukan tujuan mereka di masa depan. Karena minat baca tidak diperoleh sejak lahir, minat baca juga merupakan bagian dari proses pengembangan diri yang perlu terus diasah.²⁴

Menurut Sinambela, minat baca adalah sebuah perilaku positif dan rasa keterkaitan yang dimiliki oleh anak-anak dengan membaca dan ketertarikan mereka untuk membaca.²⁵ Membaca membutuhkan proses kesiapan mental. Jika membaca dilakukan tanpa kesiapan mental, bukan hanya membuang-buang waktu, tetapi juga membuang-buang energi. Kegiatan membaca yang menghasilkan wawasan baru akan lebih baik jika dibagikan dengan orang lain.²⁶

4. Faktor-Faktor Rendahnya Minat Baca

Menurut Hery Widodo terdapat banyak faktor yang menyebabkan minat baca di Indonesia rendah. Faktor-faktor tersebut antara lain:²⁷

²⁴ Helena Anggidesialamia, "Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi YouTube" 3, no. 2 (May 2020): Hlm. 76, accessed February 1, 2023, <https://journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/comm-edu/article/view/3779>.

²⁵ Undang Sudarsana and Bastiano, *Pembinaan Minat Baca*, 2nd ed., Hlm. 4.27.

²⁶ Misroni, M.Hum. *Komunikasi dan Perpustakaan* (Palembang: NoerFikri, 2018). Hlm.18

²⁷ Hery Widodo, *Cara Meningkatkan Minat Baca Siswa*, Hlm. 6-10.

1. Ketidakpedulian kita terhadap kegiatan membaca bisa jadi disebabkan oleh situasi masyarakat yang belum pernah melakukan aktivitas membaca, akibat belum terbiasanya budaya tulis (terbiasa dengan budaya lisan), berupa masyarakat yang tidak mau membaca dengan diperkenalkannya budaya membaca. telekomunikasi, informatika dan *broadcasting*. Akibatnya masyarakat lebih memilih menonton televisi dibandingkan menonton.
2. Di Indonesia, siswa belum dituntut untuk membaca dan mencari informasi di luar kelas.
3. Anak-anak dan orang dewasa teralihkan perhatiannya dari buku oleh berbagai hiburan, permainan, dan program televisi.
4. Dibandingkan membaca buku, orang-orang lebih suka menghabiskan waktu mereka di tempat-tempat hiburan seperti taman hiburan, tempat karaoke, pusat perbelanjaan dan supermarket.
5. Masyarakat belum menjadikan sebuah buku sebagai kebutuhan kedua, setelah kebutuhan dasar.

Taman bacaan atau perpustakaan masih belum banyak diketahui dan jarang ditemukan. Perpustakaan di sebagian besar sekolah, jenis sekolah dan tingkat sekolah belum memenuhi persyaratan sebagai lembaga pendidikan dan infrastruktur. Perpustakaan sekolah belum sepenuhnya lengkap, jumlah buku masih jauh dari memenuhi kebutuhan membaca sebagai dasar pendidikan, serta peralatan dan tenaga yang belum memadai.

Selain kendala kultural di atas, ada hambatan lain secara struktural hingga orang malas membaca, diantaranya sebagai berikut:²⁸

1. Harga buku yang sangat mahal sementara kondisi perekonomian masyarakat masih memperhatikan.
2. Pola dan gaya hidup masyarakat kita yang terkesan selalu ingin pamer, memamerkan kelebihan materinya. Ilmu yang kita peroleh melalui membaca buku tidak bisa langsung dilihat seperti pakaian misalnya.
3. Membaca adalah sebuah persepsi yang salah. Membaca dianggap tidak produktif dan membuang-buang waktu. Membaca sebenarnya adalah tugas yang sulit, karena membutuhkan proses berpikir yang rasional dan tingkat konsentrasi yang tinggi.
4. Minimnya sebuah sarana dan prasarana membaca bagi masyarakat umum yang diciptakan dan dikelola oleh pemerintah.

5. Unsur Yang Berperan Dalam Meningkatkan Minat Baca

Untuk sebuah kemajuan dan kesuksesan di bidang politik, sosial, ekonomi, dan budaya, kegiatan membaca sangat diperlukan. Di atas semua itu, pengalaman atau pelajaran yang didapat di keluarga, di sekolah, dan di masyarakat mempengaruhi minat baca. Adapun unsur-unsur yang dapat berperan dalam meningkatkan minat baca antara lain:²⁹

1. Keluarga

Keluarga merupakan elemen terkecil dalam masyarakat. Di lingkungan keluargalah pendidikan pertama kali dilaksanakan. Oleh

²⁸ Hery Widodo, *Cara Meningkatkan Minat Baca Siswa*, Hlm. 6-10.

²⁹ Hery Widodo, *Cara Meningkatkan Minat Baca Siswa*, Hlm. 11-16.

karena itu, peran keluarga dalam mengembangkan minat membaca tidak bisa dilupakan. Beberapa cara untuk meningkatkan minat membaca dalam keluarga adalah:

- a. Penting untuk membacakan buku untuk anak Anda sejak lahir. Yang terbaik adalah membiasakan anak dengan membaca buku sedini mungkin.
- b. Dorong anak untuk berbicara tentang apa yang telah mereka dengar atau baca.
- c. Ajaklah anak Anda ke toko buku atau perpustakaan. Dengan membiasakan anak Anda mengunjungi toko buku, Anda dapat mendorong mereka untuk mengunjunginya. Doronglah anak untuk mengunjungi perpustakaan yang dapat mereka akses, termasuk perpustakaan sekolah dan perpustakaan umum.
- d. Belilah buku yang disukai anak Anda. Untuk mendorong minat baca anak, orang tua harus memahami minat anak dan mendukungnya dengan buku-buku yang sesuai dengan minatnya.
- e. Ciptakan perpustakaan keluarga dengan mengumpulkan buku anak dalam satu lemari khusus yang mudah mereka akses.
- f. Hilangkan penghambat seperti televisi dan *playstation*.
- g. Berikan buku kepada anak-anak Anda. Pilihlah buku sebagai hadiah untuk anak-anak Anda pada hari ulang tahun, promosi, dan acara-acara penting lainnya.

h. Jadikan membaca sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan setiap hari. Kegiatan membaca setiap hari mendorong minat baca anak dan mengembangkan kebiasaan membaca.

2. Sekolah

Dalam menimbulkan minat membaca siswa, sekolah sebagai penyelenggara pendidikan setidaknya harus melakukan beberapa hal, antara lain:

- a. Sekolah harus mempersiapkan buku sebanyak-banyaknya, baik fiksi maupun nonfiksi. Sekolah harus berusaha mendekatkan buku bacaan yang mendidik dan berkualitas kepada siswanya. Buku bacaan tidak selalu harus disimpan dengan rapi di perpustakaan karena sering kali siswa malas pergi ke perpustakaan. Perpustakaan seringkali terkesan hanya sekedar gudang buku, sehingga buku-buku tersebut jarang disentuh oleh pelajar, apalagi dibaca. Oleh karena itu, pihak sekolah dapat menyiasatinya dengan memajang buku bacaan di setiap sudut kelas. Ketertarikan seseorang akan timbul terhadap suatu hal, salah satunya bermula dari pandangan.
- b. Membuat bimbingan khusus menjadi efektif. Siswa yang awalnya kurang berminat terhadap buku dibantu dan dibimbing oleh guru. Guru dalam hal ini harus mengetahui selera anak didiknya, apa yang menjadi kebutuhan dasar dan disukai dari masing-masing kategori buku, entah itu fiksi ataupun nonfiksi. Dengan begitu, daya baca siswa semakin meningkat.

c. Dalam berfungsinya perpustakaan, perpustakaan memiliki fungsi yang sangat penting dalam mendorong minat membaca. Pada perpustakaan, mahasiswa dapat memenuhi kebutuhan informasi-informasi bahan bacaan dan berbagai referensi yang dibutuhkannya dengan cepat dan tepat.

3. Pemerintah

Pemerintah memiliki peranan penting untuk membuat sebuah program peningkatan minat baca antara lain sebagai berikut:

- a. Meningkatkan perpustakaan dan bahan pustaka di sekolah. Hal ini juga mengharuskan guru memberikan tugas kepada siswa untuk membaca sejumlah buku sebagai syarat kenaikan kelas dan mengkampanyekan gerakan membaca.
- b. Pemerintah menambah anggaran pendidikan minimal 25 persen dari APBN sehingga dapat mencapai mutu dan pemerataan pendidikan mulai dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi.
- c. Mendukung dan menyelenggarakan kegiatan yang mempromosikan kegiatan membaca, seperti kompetisi menulis, pameran, resensi buku, pertemuan penulis, pelatih menulis, dan lain-lain.

6. Indikator-indikator Minat Baca

Dalam teori Undang Sudarsana dan Bastiano yang terdapat empat indikator-indikator minat baca berupa: kesenangan membaca, kesadaran akan manfaat membaca, frekuensi membaca dan kuantitas bacaan.³⁰

1. Kesenangan Membaca

Kesenangan membaca merupakan sebuah perhatian terhadap kegiatan membaca yang akan menghasilkan sebuah ketertarikan pada kegiatan membaca.³¹ Ketertarikan seseorang terhadap kegiatan membaca akan disalurkan dengan munculnya perasaan senang dalam membaca. Semakin tertarik seseorang dengan suatu kegiatan maka seseorang tersebut akan menjadi merasa senang dengan melakukan kegiatan membaca. Kesenangan membaca seseorang ini dipengaruhi oleh minat baca.

2. Kesadaran akan Manfaat Membaca

Kesadaran akan pentingnya membaca dan manfaat membaca akan menjadikannya sebuah kebiasaan. Kebiasaan membaca ini akan membangkitkan minat untuk membaca. Semakin seseorang tahu akan pentingnya atau manfaatnya membaca, maka seseorang akan semakin menikmati membaca.

³⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Hlm. 12.

³¹ Asmawati, Thamrin Hasan, and Diani Hartati. "Hubungan Antara Minat Baca Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa di Perguruan Tinggi Kota Pekanbaru." *Jurnal Gema Pustakawan* 9, no. 2 (2021): 156–68. <https://doi.org/10.31258/jgp.9.2.156-168>.

3. Frekuensi Membaca

Dalam hal ini, frekuensi membaca disebut sebagai banyaknya waktu yang dihabiskan seseorang untuk membaca. Siapa pun yang tertarik membaca akan membaca baik di kelas maupun di waktu senggang.

4. Kuantitas Membaca

Kuantitas membaca adalah jumlah buku yang telah dibaca oleh pembaca. Orang yang mempunyai minat membaca akan berupaya untuk membaca berbagai sumber bacaan, yaitu sumber bacaan yang tidak hanya diperlukan saja.