

Efektivitas Penggunaan Fitur *Reels* Instagram terhadap Budaya

Baca Buku pada Generasi Z

Anastasya Meliyanti¹

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

e-mail: anastasyamly07@gmail.com¹

Muhammad Azwar²✉

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

e-mail: muh.azwar@uinjkt.ac.id²

Received: 4 Agustus 2025; Accepted: 05 Dec 2025; Published: Dec 2025

Abstrak:

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya peran media sosial dalam mempengaruhi perilaku literasi Generasi Z yang akrab dengan teknologi digital. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan fitur Reels Instagram terhadap budaya baca Generasi Z. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner online pada 100 responden yang dipilih secara purposive dari pengguna aktif konten literasi. Hasil analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara penggunaan Reels dan budaya baca, dengan kontribusi sebesar 27,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial dapat berperan dalam membentuk perilaku literasi digital generasi muda. Secara teoretis, hasil penelitian memperluas pemahaman tentang hubungan antara media digital dan literasi, sementara secara praktis dapat dimanfaatkan oleh pendidik dan pembuat konten untuk meningkatkan minat baca melalui media sosial.

Kata kunci : *Reels Instagram, Generasi Z, budaya baca, efektivitas, literasi digital, media sosial, deskriptif kuantitatif.*

Abstract:

This study is motivated by the growing role of social media in shaping literacy behavior among Generation Z, who are highly familiar with digital technology. The research aims to analyze the influence of Instagram Reels on the reading culture of Generation Z. A descriptive quantitative approach was applied, with data collected through an online questionnaire distributed to 100 purposively selected respondents who actively engage with literacy-related content. Regression analysis results indicate a significant effect of Reels usage on reading culture, with a contribution of 27.3%. These findings suggest that social media can play a role in fostering digital literacy behavior among young generations. Theoretically, this study expands the understanding of the relationship between digital media and literacy, while practically, it provides insights for educators and content creators to promote reading interest through social media.

Keywords : *Instagram Reels, Generation Z, reading culture, effectiveness, digital literacy, social media, descriptive quantitative.*

✉ Corresponding author

DOI: <http://dx.doi.org/10.29300/mkt.v10i2.8919>

Copyright © 2025 Author(s). This is an open access article under the CC BY-SA license

Website: <https://ejournal.uinfasbengkulu.ac.id/index.php/almaktabah/index>

PENDAHULUAN

Globalisasi berfokus pada pembentukan struktur global terutama di bidang ekonomi, memungkinkan arus informasi secara instan. Hal ini mengubah cara individu menerima, memproses, dan menyebarkan informasi, sehingga menimbulkan transformasi besar dalam aspek sosial, budaya, dan pendidikan.

Di era revolusi Industri 4.0, kemajuan teknologi dan ketertarikan Generasi Z pada media sosial bisa jadi peluang besar buat meningkatkan minat baca. Media sosial tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga menjadi wadah untuk berbagi pengetahuan secara cepat, mudah, dan sesuai kebutuhan zaman yang serba digital.

Media sosial sebagai bagian dari *new media* bersifat interaktif, memungkinkan pengguna tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam komunikasi dua arah. Fitur seperti komentar, berbagi, dan diskusi menjadikan media sosial sarana pembelajaran yang lebih dinamis dan kolaboratif di era digital.

Menurut McCrindle, Generasi Z atau disingkat Gen-Z lahir antara tahun 1995 hingga tahun 2009¹ karena mereka merupakan pengguna aktif media sosial

dan akrab dengan teknologi digital. Dengan karakteristiknya yang interaktif dan menarik, Instagram *Reels* berpotensi menjadi sarana efektif untuk menumbuhkan budaya baca di era digital. Generasi Z, yang umumnya berusia 16–30 tahun dan akrab dengan media sosial, menjadi kelompok utama yang dapat memanfaatkan platform ini secara optimal.²

Fitur *Reels* yang merupakan salah satu inovasi terbaru Instagram, memungkinkan pengguna untuk menyuguhkan konten yang terdiri dari campuran video, teks, dan audio dalam waktu singkat, menjadikannya alat yang efisien untuk menarik perhatian audiens yang memiliki fokus relatif singkat.

Menurut Muamar, *Reels* adalah fitur terbaru dari Instagram yang beroperasi dengan cara serupa seperti aplikasi TikTok,³ dengan fokus pada video pendek yang kreatif dan *engaging*, yang sangat populer terutama di kalangan generasi muda. Dengan demikian, *Reels* tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga medium strategis dalam menyampaikan pesan secara cepat dan menarik di era digital saat ini.

Generasi Z cenderung lebih menyukai konten yang bersifat visual, seperti foto, video,

Generations/ Mark McCrindle (McCrindle Research Pty Ltd, 2018).

² Lasti Yossi Hastini et al., "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?," *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10, no. 1 (2020): 12–28, <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.

³ Jihad Muamar, "Instagram sebagai Medium Komunikasi Risiko Orang Tua kepada Anak selama pandemi Covid-19: Studi Netnografi Komunitas Pola Asuh Virtual," *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 20, no. 01 (2022): 27–46, <https://doi.org/10.46937/20202238987>.

¹ Mark McCrindle and Emily Wolfinger, *The ABC of XYZ: Understanding the Global*

dan animasi, dibandingkan dengan teks panjang. Dengan demikian, saat berinteraksi dengan mereka, penting untuk menyertakan elemen visual yang menarik perhatian. Hal ini bisa berupa grafik, infografis, atau video pendek yang mudah diakses dan bisa dibagikan melalui platform media sosial yang mereka sukai.⁴

Media sosial semakin banyak digunakan sebagai alat literasi. Penelitian yang spesifik mengenai efektivitas fitur video pendek seperti *Reels* terhadap kebiasaan membaca masih terbatas. Sebagian besar kajian sebelumnya lebih berfokus pada dampak umum media sosial terhadap perilaku pengguna tanpa melihat bagaimana format tertentu seperti *Reels* dapat memengaruhi preferensi dan budaya membaca.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara media sosial dan perilaku literasi.

1. Penelitian pertama berjudul, “*Transformative Experience of Reading Digital Literature in Social Media*” oleh Syahria et al. (2025), menunjukkan bahwa konten literasi digital dalam bentuk video pendek berkontribusi terhadap perubahan perilaku membaca mahasiswa, di mana *Reels* dan konten visual dinilai mampu

menjadikan aktivitas membaca lebih menarik dan kontekstual.

2. Penelitian ke-dua berjudul, “*Pemanfaatan Media Pembelajaran dengan menggunakan Fitur Reels Instagram pada Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia di Era Globalisasi*”, oleh Elisa, Widia, dan Andini (2024) menunjukkan bahwa penerapan fitur *Reels* Instagram dalam proses pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia mampu meningkatkan partisipasi siswa serta memperdalam pemahaman mereka terhadap materi pelajaran yang telah diajarkan.
3. Penelitian ke-tiga berjudul, “*Students' perception using Instagram Reels Toward Speaking Ability Improvement: English Departement Students' Voice*”, oleh Wenny, Diana, dan Winda (2023) membahas peran Instagram *Reels* dalam membantu peningkatan kemampuan berbicara mahasiswa jurusan Bahasa Inggris, serta menegaskan potensi besar media *social* sebagai sarana pembelajaran yang interaktif.

Salah satu konten kreator Indonesia yang pengikutnya tumbuh dengan cepat adalah akun Instagram @alwijo. Mulai aktif sejak tahun 2023, kini akun tersebut sudah memiliki lebih dari 88.500 pengikut per-tanggal 5 Desember 2024. Hingga saat itu, @alwijo sudah mengunggah 386 video *Reels* yang kaya akan informasi, tidak hanya tentang buku dan kegiatan membaca, tapi juga mengenai tempat-tempat menarik seperti perpustakaan, kafe buku, dan toko buku yang bisa jadi referensi untuk mencari bacaan.

Hal tersebut diperkirakan banyak masyarakat yang tertarik, membutuhkan, dan merasakan dampak positif dalam aktivitas membaca, khususnya akun Instagram @alwijo. Namun, untuk mengetahui besar pengaruh *Reels*

⁴Cindy Nurlaila et al., “Dinamika Perilaku Gen Z sebagai Generasi Internet,” *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi* 1, no. 6 (2024): 95-102, <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.464>.

Instagram terhadap budaya baca maka perlu dilakukan kajian lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas penggunaan fitur *Reels* Instagram dalam meningkatkan budaya baca pada Generasi Z serta mengidentifikasi bagaimana konten *Reels* berperan dalam membangun kebiasaan membaca di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Penggunaan *Reels* Instagram (X)

Instagram *Reels* adalah fitur video pendek berdurasi hingga 90 detik yang diluncurkan pada Agustus 2020. Fitur ini memperluas bentuk komunikasi digital dengan memungkinkan pengguna membuat konten visual yang interaktif dan kreatif. *Reels* banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan edukatif dan meningkatkan literasi visual di kalangan Generasi Z.

Efektivitas komunikasi melalui fitur *Reels* Instagram, terbukti mampu meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens.⁵

Selain berfungsi sebagai hiburan,

Reels juga menjadi sarana komunikasi digital yang cepat dan kreatif, serta berpotensi menyampaikan pesan edukatif untuk mendorong literasi dan budaya baca.

Dalam konteks media sosial seperti Instagram, unsur-unsur tersebut sangat relevan karena konten visual ditujukan pada audiens tertentu dengan format menarik dan waktu yang tepat. Pemahaman ini menjadi dasar penting untuk menilai efektivitas media sosial sebagai sarana komunikasi, khususnya dalam mendukung budaya baca di kalangan generasi muda.

Efektivitas mencakup pencapaian tujuan utama, keberhasilan melampaui target, ketepatan waktu pelaksanaan, serta partisipasi aktif berbagai pihak dalam menilai tingkat penggunaan dan kepuasan terhadap media atau program yang dijalankan. Efektivitas fitur *Reels* pada akun Instagram @alwijo dalam meningkatkan budaya baca buku yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan budaya baca. Budaya baca Generasi Z kini menjadi perhatian mendesak bagi Indonesia. Membaca dan menulis merupakan aspek penting yang harus menjadi prioritas bagi setiap individu yang bertanggung jawab atas masa depan bangsa, termasuk Generasi Z sesuai perannya.

Dengan demikian, penggunaan *Reels* berpotensi menjadi jembatan antara aktivitas hiburan dan pembelajaran, menggabungkan aspek visual, partisipatif, dan kognitif dalam satu media yang menarik.

⁵Harto, B., dan P. Pramuditha. "Efektifitas Komunikasi Pemasaran Bisnis UMKM Melalui Fitur *Reels* Instagram." KOMVERSAL (2023): 1–15. <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/komversal/article/download/1204/607>.

Untuk menghitung efektivitas media dari konten *Reels* akun @alwijo di Instagram, dapat digunakan beberapa indikator pengukuran media exposure atau terpaan media menurut Rosengren dalam Rakhmat (2009), yang mencakup beberapa dimensi berikut:⁶

Frekuensi, mengacu pada seberapa sering individu terpapar atau mengakses suatu konten media dalam kurun waktu tertentu, menunjukkan intensitas dan kebiasaan penggunaan media oleh audiens.

Durasi mengukur lamanya waktu yang dihabiskan pengguna saat mengonsumsi konten media tersebut, yang mencerminkan tingkat keterlibatan waktu serta kesempatan untuk memahami pesan yang disampaikan. Sedangkan **Atensi** menggambarkan tingkat fokus dan perhatian penuh yang diberikan pengguna selama menerima konten, mencerminkan kualitas interaksi serta pemahaman terhadap isi pesan.

Ketiga dimensi ini saling melengkapi untuk memberikan

gambaran yang komprehensif tentang efektivitas penyampaian pesan dan keberhasilan media dalam menarik dan mempertahankan audiensnya. Dengan mengkombinasikan frekuensi, durasi, dan atensi, pengukuran terpaan media tidak hanya menilai kuantitas akses tetapi juga kualitas pengalaman pengguna terhadap suatu konten.

Studi oleh Utami, Sauqina, dan Sari menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial berbasis video seperti *Reels* dan TikTok memiliki korelasi positif terhadap perkembangan keterampilan literasi digital, khususnya dalam konteks pembelajaran mandiri.⁷

Melalui pendekatan digital *storytelling* yang digunakan dalam platform video pendek, remaja mampu meningkatkan kemampuan mengevaluasi informasi, berpikir kritis, dan menumbuhkan ketertarikan belajar secara interaktif. Temuan ini memperkuat peran media sosial sebagai medium literasi baru di era digital yang inklusif dan berbasis teknologi.

2. Budaya Baca Generasi Z (Y)

2.1 Budaya Baca

Koentjaraningrat, yang dikenal sebagai Bapak Antropologi Indonesia, menjelaskan bahwa budaya adalah manifestasi dari ide atau gagasan manusia yang terbentuk melalui proses pembelajaran dan pola tindakan dalam interaksi sosial sehari-hari di masyarakat.⁸ Dengan perspektif

⁶ Syahrul Muhammad Elham, A. Kuswanti, dan V. Sevilla, Pengaruh Terpaan Media Sosial Akun Instagram @ecommurz terhadap Pembentukan Citra pada Perusahaan Start Up Ruangguru (Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2022), 7.

⁷ Afifah Indra Utami et al., "Development of Science Education Videos Based on Digital Storytelling as An Independent Learning Resource for Late Adolescents," *Journal of Innovative Science Education* 12, no. 3 (2023): 322-30, <https://doi.org/10.15294/jise.v12i3.72977>.

⁸ E. M. Setiadi, K. A. Hakam, dan R. Effendi, Ilmu Sosial dan Budaya Dasar (Jakarta: Kencana, 2017), 27.

Koentjaraningrat, budaya membaca buku bukan hanya sekadar aktivitas individu, tetapi merupakan hasil dari nilai-nilai yang diwariskan, tindakan sosial yang dilatih, dan dukungan fisik yang tersedia. Untuk membangun budaya membaca, masyarakat harus memperkuat ketiga aspek budaya: nilai, tindakan, dan fasilitas.

Budaya membaca merupakan kebiasaan yang melekat dalam kehidupan individu dan masyarakat, mencerminkan tingkat minat baca yang berperan penting dalam memperluas wawasan dan mengembangkan kemampuan berpikir kritis.⁹

Peningkatan dalam kemampuan membaca terjadi seiring dengan kebiasaan membaca yang diawali oleh minat. Selain itu, faktor-faktor seperti cara berpikir dan luasnya pengetahuan juga memengaruhi kemampuan ini. Aktivitas membaca dapat memperluas pengetahuan sehingga dapat mengembangkan pola pikir dan meningkatkan keterampilan membaca. Oleh karena itu, keterampilan membaca memiliki

peran signifikan dalam mendukung perkembangan kemampuan berpikir.

Budaya baca di kalangan Gen Z menghadapi tantangan besar karena rendahnya minat membaca tradisional, namun di sisi lain mereka menunjukkan ketertarikan terhadap konten digital dengan pendekatan yang sesuai. Fahzaria et al. dalam penelitian mereka menunjukkan bahwa *bookstagram* dan *micro-influencer* berhasil meningkatkan ketertarikan membaca melalui *Reels* yang dikemas secara menarik.¹⁰

Salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan kebiasaan membaca, yaitu dengan menggunakan teknologi modern, seperti platform digital dan media sosial. Melalui teknologi ini, generasi muda dapat melakukan berbagai aktivitas membacanya, seperti berbagi rekomendasi buku, berdiskusi tentang literasi, atau membaca ulasan buku. Aktivitas ini sangat menarik dan menyenangkan bagi generasi muda yang cenderung lebih memilih informasi yang akurat dan disampaikan secara cepat.¹¹

Indikator adalah alat ukur yang kita gunakan untuk melihat perubahan apa saja yang terjadi dalam suatu kondisi. Dalam mengukur budaya membaca para pengikut akun Instagram @alwijo, peneliti menggunakan beberapa indikator yang sudah

⁹ Heny Friantary, "Budaya Membaca sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat," *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 1, no. 1 (2019): 66, <https://doi.org/10.29300/disastra.v1i1.1485>.

¹⁰ Nabilla Anasty Fahzaria et al., *From Scroll to Book: Maximizing Instagram by Nano-Micro Influencers Bookstagram to Increase Reading Interest in Indonesia*, 17, no. 1 (2025).

¹¹ Rizki Aprilia et al., "Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja," *Journal of Nursing Care* 3, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.24198/jnc.v3i1.26928>.

disesuaikan dan dikembangkan dari berbagai konsep yang ada. Hal ini bertujuan agar pengukuran bisa lebih tepat dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Peneliti melakukan pengukuran berdasarkan dari berbagai konsepsi dan telah dilakukannya perubahan oleh peneliti, yaitu:

Table 1
Pengukuran Berdasarkan Berbagai Konsepsi

No.	Indikator	Deskripsi
1.	Frekuensi Membaca	Menggambarkan kebiasaan membaca dan intensitas dalam melakukan aktivitas membaca buku.
2.	Kesesuaian Topik Buku	Menunjukkan minat, motivasi, serta relevansi bacaan dengan kebutuhan pembaca.
3.	Motivasi Membaca	Alasan dan tujuan seseorang dalam membangun kebiasaan membaca.
4.	Pemahaman Terhadap Isi Buku	Kemampuan individu memahami makna, pesan, dan konteks dari bacaan yang dibaca.
5.	Pengaruh Membaca	Menunjukkan sejauh mana aktivitas

	Buku	membaca berpengaruh terhadap perkembangan pribadi dan sosial pembaca.
--	------	---

Frekuensi membaca menjadi indikator utama untuk menilai intensitas seseorang dalam membaca. Semakin sering seseorang terpapar bacaan, semakin kuat pula kebiasaan membacanya, yang membantu dalam memahami dan mengolah informasi secara efektif. adalah indikator mendasar untuk mengukur kebiasaan membaca seseorang.¹²

Kesesuaian topik buku atau kecenderungan mereka terhadap topik-topik tertentu yang diminati memainkan peranan penting karena pilihan topik yang sesuai dengan minat pembaca dapat meningkatkan motivasi dan antusiasme untuk membaca lebih sering dan mendalam. Oleh karena itu, keberhasilan dalam membangun budaya membaca yang kuat tidak hanya ditentukan oleh frekuensi, tetapi juga oleh kemampuan untuk mengembangkan selera literasi yang sesuai dengan kebutuhan dan minat pembaca.

Dengan demikian, perpaduan antara frekuensi baca dan preferensi topik menciptakan fondasi yang kokoh untuk membentuk kebiasaan membaca yang

¹² Maria Psyridou et al., "Family Factors and Critical Reading Skills: A Systematic Review," Preprint, PsyArXiv, February 21, 2024, <https://doi.org/10.31234/osf.io/m8z7y>.

berkelanjutan dan bermakna. Dalam konteks ini membaca sesuai dengan kebutuhan dan usia menjelaskan bahwa preferensi topik dalam membaca menunjukkan minat mendalam seseorang terhadap isu tertentu.¹³

Motivasi membaca adalah faktor yang mendorong seseorang untuk memilih dan membaca sebuah buku. Motivasi ini sangat kompleks dan mencakup berbagai aspek kebutuhan pembaca, tidak hanya dari sisi intelektual, tetapi juga dari sisi emosional dan sosial. Kebutuhan intelektual merujuk pada keinginan untuk mendapatkan pengetahuan, memahami konsep baru, atau mengembangkan kemampuan berpikir kritis melalui bacaan. Di sisi lain, kebutuhan emosional berkaitan dengan bagaimana buku bisa memberikan hiburan, inspirasi, atau pengaruh positif yang memengaruhi perasaan dan suasana hati pembaca. Selain itu, kebutuhan sosial juga berperan, misalnya saat seseorang membaca untuk berpartisipasi dalam diskusi kelompok, mengikuti tren literasi, atau memenuhi kebutuhan

untuk berinteraksi dengan komunitas pembaca lainnya.

Pemahaman terhadap isi buku adalah aspek fundamental yang mencerminkan kualitas membaca seseorang. Membaca bukan sekadar aktivitas mekanis atau sekadar menyerap teks, tetapi harus sampai ke tahapan dimana pembaca mampu mengerti dan mengaplikasikan gagasan dari buku tersebut ke dalam kehidupan nyata. Tanpa pemahaman yang tepat, aktivitas membaca dapat menjadi sia-sia, karena gagasan-gagasan yang terkandung dalam buku tidak dapat diaplikasikan dengan efektif dalam dunia nyata.¹⁴

Pengaruh membaca buku dari adanya membaca buku fiksi yaitu membantu para pembacanya untuk mengembangkan kritisisme dan analisis, meningkatkan kemampuan berpikir logis dan rasional. Dampak membaca buku penting untuk diukur karena mencerminkan sejauh mana kebiasaan membaca memengaruhi pandangan hidup atau perilaku sosial pembaca.

Dalam memahami budaya membaca, beberapa dimensi utama perlu diperhatikan. Pertama adalah frekuensi membaca yang menggambarkan seberapa sering seseorang melakukan aktivitas membaca. Selanjutnya adalah kesesuaian topik buku yang menunjukkan kecenderungan pembaca

¹³ Donatella Rita Petretto et al., "Some Lessons Learned in the Use of Distance Learning with Students with Special Educational Needs during COVID-19 Outbreak," *Education Sciences* 11, no. 3 (2021): 108, <https://doi.org/10.3390/educsci11030108>.

¹⁴ Sandra N. Kaplan, "Factors Affecting the Perceptions and Practices of Differentiated Curricula and Pedagogies for Gifted and Talented Students," *Education Sciences* 12, no. 1 (2022): 41, <https://doi.org/10.3390/educsci12010041>.

terhadap tema tertentu yang menarik bagi mereka. Ketiga adalah motivasi membaca, baik intrinsik maupun ekstrinsik, yang mendorong seseorang melakukan aktivitas baca dengan kesadaran dan keinginan yang kuat. Keempat adalah pemahaman terhadap isi buku yang tercermin dalam pemahaman dan kemampuan analisis atas isi bacaan. Dan terakhir adalah pengaruh membaca buku yang dirasakan serta diterapkan dalam kehidupan sosial dan personal pembaca.

Dimensi ini saling membentuk siklus budaya membaca yang berkelanjutan. Oleh karena itu, dalam mengembangkan budaya baca di masyarakat, fokus tidak hanya harus kepada intensitas membaca, tetapi juga kepada pembentukan preferensi yang sehat dan kuatnya motivasi membaca yang menuntun pada pemahaman dan perubahan positif.

2.2 Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok usia yang lahir antara tahun 1995-2009 dan tumbuh bersama perkembangan teknologi digital. Mereka terbiasa dengan interaksi sosial berbasis daring, konten visual, serta memiliki kecenderungan

menyukai format informasi yang ringkas dan mudah diakses. Menurut McCrindle, Gen Z adalah *digital native* yang lebih responsif terhadap konten visual daripada teks panjang.¹⁵

Generasi Z memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap teknologi karena mereka belajar, berinteraksi, dan berkomunikasi menggunakan media digital sejak usia dini. Dalam konteks komunikasi dan pendidikan, generasi ini lebih menyukai media yang bersifat visual, cepat, dan interaktif, seperti video pendek, infografis, dan konten berbasis gambar. Pola konsumsi informasi yang serba instan ini memengaruhi cara mereka berpikir, memproses data, dan mengambil keputusan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif serta analisis regresi linear sederhana untuk mengidentifikasi seberapa pengaruh penggunaan fitur Instagram *Reels* terhadap budaya membaca Generasi Z pada akun @alwijo. Metode ini digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel secara statistik dan objektif. Pendekatan kuantitatif secara luas diterapkan dalam penelitian media sosial untuk mengukur dampak perilaku

¹⁵Mark McCrindle, *Understanding Generation Z: Recruiting, Training and Leading the next Generation* (McCrindle Research, 2019).

digital terhadap aspek kognitif, seperti literasi dan minat baca.¹⁶

Populasi penelitian ini merupakan pengikut akun Instagram @alwijo, per-April 2024 yang berjumlah 88.500 pengikut. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria responden berusia 15–30 tahun, pengguna aktif Instagram, serta pernah mengakses konten *Reels* bertema literasi dari akun tersebut.

Metode ini, dikenal sebagai *judgmental*, *selective*, atau *subjective sampling*, dilakukan dengan memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99,8 akun *followers*, yang akan dibulatkan menjadi 100. Pembulatan ini dilakukan karena unit analisis tidak dapat dinyatakan dalam bentuk pecahan, serta perbedaan nilai 0,2% dianggap tidak signifikan terhadap representativitas populasi. Dengan demikian, penyesuaian ini tidak memengaruhi validitas hasil penelitian. Pendekatan ini memastikan bahwa sampel yang digunakan tetap memenuhi kriteria penelitian dan dapat

menggambarkan fenomena yang diteliti secara proporsional.¹⁷

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring melalui *Google Forms*, yang terdiri dari pernyataan berdasarkan indikator pada masing-masing variabel dan disusun dalam skala Likert empat *point*. Validitas instrumen diuji menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, dan reliabilitas diuji dengan rumus *Cronbach's Alpha* untuk memastikan konsistensi internal alat ukur.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana guna menguji pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji-t digunakan untuk mengukur signifikansi hubungan antarvariabel, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas memberikan kontribusi terhadap variabel terikat. Proses pengolahan data dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak IBM SPSS versi 26 sebagai alat bantu analisis.

Seiring dengan itu, Zatadini dan Yustiani dalam penelitiannya juga menggunakan regresi linear sederhana untuk mengukur pengaruh konten literasi di media sosial terhadap peningkatan kemampuan literasi digital pengikut akun Instagram.¹⁸ Mereka menemukan adanya kontribusi positif konten *bookstagram* terhadap kemampuan mengevaluasi informasi bacaan di

¹⁶Achmad Alie Auliya et al., "Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Remaja di Indonesia," *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa* 1, no. 1 (2023): 57, <https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.297>.

¹⁷Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", Bandung: Alfabeta, (2017).

¹⁸Intan Yustiani and Galuh Indah Zatadini, "Pengaruh Konten Bookstagram @Irmadurrotun terhadap Kemampuan Literasi Digital Followers dalam Evaluasi Informasi Buku", 9, no. 1 (2025).

kalangan pengikut, yang menegaskan bahwa media sosial kini berfungsi sebagai ruang literasi digital alternatif yang kuat. Oleh karena itu, pendekatan kuantitatif regresi sederhana pada penelitian ini tidak hanya valid secara metodologis, namun juga relevan dengan tren riset terkini dalam bidang komunikasi dan literasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 100 responden dari kalangan Generasi Z, yaitu individu yang terbiasa menggunakan teknologi digital dan media sosial. Salah satu platform yang paling digemari oleh mereka adalah Instagram, yang secara khusus pengguna aktif dan pengikut akun Instagram @alwijo.

Dari data yang diperoleh, ditemukan bahwa sebagian besar responden menunjukkan peningkatan kemampuan literasi digital setelah mengikuti konten edukatif di Instagram. Sebagian besar responden merasa lebih mudah memahami materi literasi melalui konten visual seperti infografis dan video pendek. Penggunaan Instagram sebagai media literasi juga berhubungan positif dengan peningkatan minat baca digital, sehingga berdampak menjadi budaya membaca buku.

Table 2
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
16-20 tahun	28	28%
21-25 tahun	68	68%
26-30 tahun	4	4%
Total	100	100%

Mayoritas responden berusia 21-25 tahun

(68%), disusul 16-20 tahun (28%), dan 26-30 tahun (4%). Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z, khususnya yang sedang sekolah, kuliah atau awal karier, paling aktif dalam komunitas literasi digital di Instagram karena kedekatan mereka dengan teknologi dan media sosial.

Table 3
Karakteristik Responden berdasarkan Durasi

Waktu	Frekuensi	Presentase
< 1 bulan	29	29%
1-6 bulan	55	55%
7-12 bulan	9	9%
> 12 bulan	7	7%
Total	100	100%

Sebagian besar responden telah mengikuti akun @alwijo selama 1-6 bulan (55%), disusul <1 bulan (29%), 7-12 bulan (9%), dan >12 bulan (7%). Ini menunjukkan adanya arus pengikut baru yang tinggi, namun juga terdapat pengikut setia, sehingga penting untuk menjaga kualitas dan inovasi konten agar keterlibatan tetap terjaga.

Uji regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel X (penggunaan Instagram *Reels*) dan variabel Y (budaya baca Generasi Z). Hasil analisis menggunakan IBM SPSS versi 26 menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

Table 4
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Model	B	Coefficients ^a			
		Unstand ardized Coefficie nts	Standar dized Coefficie nts	S t .	
	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	1 6. 7 9 9	5.6 25 9 8 6	2 .0 9 8 6	
	Efektivitas Penggunaan Fitur Fitur <i>Reels</i>	.8 2 7	.13 6	.522	6 .0 0 5 9

a. Dependent Variable: Budaya Baca Buku

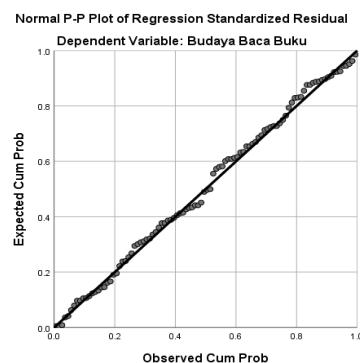
Menunjukkan nilai t-hitung sebesar 6,059 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai ini dibandingkan dengan t-tabel sebesar 1,984 (df = 98, $\alpha = 0,05$ dua sisi). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X (efektivitas penggunaan fitur *Reels* Instagram) signifikan terhadap variabel Y (budaya baca buku) pada Generasi Z. Semakin efektif penggunaan fitur *Reels*, maka semakin tinggi budaya baca buku pada Generasi Z.

Table 5
Hasil Uji Koefesien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.522 ^a	.273	.265	7.096

a. Predictors: (Constant), Efektivitas Penggunaan *Reels* Instagram

Menunjukkan nilai R Square (R^2) adalah 0,273. Hal tersebut menunjukkan pengaruh variabel X (efektivitas penggunaan fitur *Reels* Instagram) terhadap variabel Y (budaya baca buku) pada Generasi Z sebesar 27,3% dan sisanya sebesar 72,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dilibatkan pada penelitian ini. Melalui hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa efektivitas penggunaan fitur *Reels* Instagram memberikan pengaruh cukup terhadap budaya baca buku pada Generasi Z.



Gambar 1 Hasil Uji P-Plot

Grafik Normal P-Plot memperlihatkan bahwa titik-titik residual sebagian besar tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti polanya. Pola ini menunjukkan bahwa distribusi residual dalam model regresi mendekati distribusi normal.

Selain itu, kedekatan dan kerapatan titik-titik terhadap garis diagonal semakin menegaskan bahwa asumsi normalitas pada model tersebut telah terpenuhi.¹⁹

Table 6
Hasil Uji Heterokedastisitas (Glejser)

Model	Coefficients ^a		t	S i g .
	Unstanda rdized Coefficie nts	Standar dized Coefficie nts		
	B	Std. Erro r	Beta	
1 (Const ant)	2 . 6 9 8	3.25 9		. 8 4 2 1 8 0
Efektivitas Penggunaan Fitur Reels Instagram	. 0 7 4	.079	.094	. 9 3 3 5 3 3

a. Dependent Variable: Abs_RES

Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,353, yang berarti lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada data tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual dalam model regresi adalah homogen dan memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang digunakan layak dan valid. Ini menunjukkan bahwa pengaruh

¹⁹ Singgih Santoso, "Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS," Jakarta: Elex Media Komputindo, (2019).

penggunaan Instagram *Reels* terhadap budaya baca adalah signifikan secara statistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan Instagram *Reels* dengan peningkatan budaya baca di kalangan Generasi Z. Hal ini selaras dengan temuan Yuliasari et al. (2024) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana berbagi informasi visual secara interaktif dapat meningkatkan literasi digital dan minat baca.²⁰

Lebih lanjut, studi oleh Utami, Sauqina, dan Sari (2023) juga menekankan bahwa format video pendek seperti *Reels* mampu merangsang perhatian dan memicu rasa ingin tahu, terutama ketika dikemas dalam bentuk *digital storytelling* bertema edukatif. *Reels* memadukan elemen hiburan dan edukasi sehingga mampu menjembatani gap antara budaya hiburan digital dan aktivitas membaca yang sebelumnya dianggap "berat" oleh sebagian anak muda.

Temuan ini juga mengonfirmasi pergeseran media literasi dari format tradisional ke digital. Generasi Z cenderung menyukai konten singkat, visual, dan emosional sebagai pemicu keterlibatan dalam membaca, sebagaimana dijelaskan oleh Winduwati dan Tandres (2024) dalam kajiannya mengenai ekspresi identitas digital di Instagram.²¹

(1) Temuan Utama

²⁰ Ika Yuliasari et al., "The Baduy Indigenous Community And The Utilization Of Information Technology," *Jurnal Komunikasi* 16, no. 2 (2024): 426–39, <https://doi.org/10.24912/jk.v16i2.31196>.

²¹ Tandres and Winduwati, "Pengelolaan Self-disclosure Generasi Z melalui Penggunaan Multiple Accounts di Instagram."

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan fitur Instagram *Reels* berpengaruh terhadap budaya baca Generasi Z. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan *Reels* bertema literasi dengan tingkat budaya baca. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering Generasi Z terpapar konten *Reels* yang bermuansa edukatif, semakin tinggi pula minat dan kebiasaan membaca yang terbentuk.

(2) Interpretasi Hasil Statistik

Nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05) menandakan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat nyata secara statistik. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,273 mengindikasikan bahwa 27,3 % variasi budaya baca dipengaruhi oleh penggunaan *Reels*, sedangkan 72,7 % dipengaruhi oleh faktor lain seperti lingkungan sosial, pendidikan, dan motivasi pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun *Reels* bukan satu-satunya faktor pembentuk budaya baca, perannya cukup kuat sebagai media pengantar literasi digital di kalangan generasi muda.

(3) Hubungan dengan Teori

Hasil penelitian ini mendukung teori *Uses and Effect* yang menegaskan bahwa individu menggunakan media sesuai kebutuhan dan kepuasan pribadi. Dalam hal ini, Generasi Z menggunakan *Reels* tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh pengetahuan dan inspirasi literasi.

(4) Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini memperkuat hasil temuan Nurlaila et al. (2024) yang menyatakan bahwa Generasi Z memiliki preferensi tinggi terhadap konten visual dan informatif. Hasil ini juga sejalan dengan Muamar (2022) yang menemukan bahwa Instagram efektif sebagai media komunikasi edukatif, serta Elisa et al. (2024) yang menyoroti peran *Reels* dalam meningkatkan pemahaman siswa terhadap materi pelajaran. Namun, berbeda dengan Wenny et al. (2023) yang fokus pada peningkatan keterampilan berbicara, penelitian ini menegaskan fungsi *Reels* dalam memperkuat budaya baca digital.

(5) Implikasi Penelitian

Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pendidik, pembuat kebijakan, dan pengelola akun literasi digital. Bagi pendidik, *Reels* dapat digunakan sebagai media alternatif literasi digital yang lebih sesuai dengan gaya belajar visual Generasi Z. Bagi pembuat kebijakan, hasil ini menunjukkan potensi media sosial dalam mendukung program literasi nasional. Sementara bagi kreator konten literasi, hasil ini menjadi dasar untuk menciptakan video pendek yang menggabungkan aspek hiburan dan nilai edukatif agar lebih menarik bagi generasi muda.

(6) Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan utama penelitian ini terletak pada cakupan sampel yang hanya melibatkan pengikut akun @alwijo, sehingga generalisasi hasilnya masih terbatas. Pendekatan kuantitatif yang digunakan juga belum menggali dimensi afektif, motivasional, dan sosial dari perilaku membaca digital.

(7) Saran Penelitian Lanjut

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode campuran (*mixed methods*) agar dapat menelusuri lebih dalam pengalaman pengguna terhadap konten literasi digital. Variabel tambahan seperti tingkat literasi digital, motivasi membaca, jenis konten yang diikuti, dan durasi akses *Reels* juga perlu dipertimbangkan untuk

memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan fitur Instagram *Reels* dan budaya baca Generasi Z. Semakin tinggi intensitas penggunaan *Reels* bertema literasi, semakin meningkat skor budaya baca responden. Temuan terpenting dari penelitian ini adalah bahwa video pendek yang awalnya berfungsi sebagai hiburan terbukti dapat menjadi medium literasi digital yang efektif. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma: aktivitas membaca tidak lagi terbatas pada teks cetak, tetapi juga dapat dipicu oleh konten visual yang ringkas dan interaktif. Hasil ini berbeda dengan sebagian besar penelitian terdahulu yang hanya menyoroti media sosial terhadap minat baca.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengukuran efektivitas media sosial berbasis video pendek terhadap perilaku literasi, yang masih jarang diteliti dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Dengan demikian, studi ini memperluas pemahaman tentang bagaimana konten digital dapat berperan sebagai jembatan antara budaya hiburan dan budaya baca.

Fitur *Reels* dengan durasi singkat, gaya naratif yang personal, dan

daya tarik visual yang kuat memungkinkan penyampaian pesan edukatif secara cepat, emosional, dan kognitif. Ketika dikemas secara kreatif, informatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, *Reels* tidak hanya sebagai alat promosi bacaan, tetapi juga sebagai pemantik rasa ingin tahu dan motivasi intrinsik untuk membaca.

Hasil penelitian ini memperkuat teori bahwa Generasi Z lebih responsif terhadap konten yang bersifat visual, interaktif, dan ringan. Akun literasi seperti @alwijo terbukti mampu menjembatani antara budaya digital dan penguatan budaya baca generasi muda dalam konteks keseharian mereka.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan variabel dan metode. Pendekatan kuantitatif deskriptif yang digunakan belum menggali secara mendalam aspek afektif dan motivasional yang memengaruhi keterlibatan literasi digital.

REFERENSI

Amaliah, Eni. Intensifikasi Penggunaan Media Sosial untuk Mewujudkan Perpustakaan Modern Di Era Digital. *Jurnal El-Pustaka* 2, no.1 (2021).

Aprilia, Rizki, Aat Sriati, and Sri Hendrawati. "Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja." *Journal of Nursing Care* 3, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.24198/jnc.v3i1.26928>.

Auliya, Achmad Alie, Aliefan Badar Yahya, and Faizah Kanahaya Hurryos. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Remaja di Indonesia." *Jurnal*

Harmoni Nusa Bangsa 1, no. 1 (2023): 57. <https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.297>.

Cindy Nurlaila, Qurrotul Aini, Sharla Setyawati, and April Laksana. "Dinamika Perilaku Gen Z sebagai Generasi Internet." *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi* 1, no. 6 (2024): 95-102. <https://doi.org/10.62383/konse nsus.v1i6.464>.

D. Green, Dr. Daryl, and Dr. Richard Martinez. "In a World of Social Media: A Case Study Analysis of Instagram." *American Research Journal of Business and Management* 4, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.21694/2379-1047.18012>.

Syahrul Muhammad Elham, A. Kuswanti, dan V. Sevilla, Pengaruh Terpaan Media Sosial Akun Instagram @ecommurz terhadap Pembentukan Citra pada Perusahaan Start Up Ruangguru (Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2022), 7.

Fahzaria, Nabilla Anasty, Izni Nur Indrawati Maulani, and Aldin Aldama. *From Scroll to Book: Maximizing Instagram by Nano-Micro Influencers Bookstagram to Increase Reading Interest in Indonesia*. 17, no. 1 (2025).

Friantary, Heny. "Budaya Membaca Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat." *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 1, no. 1 (2019): 66. <https://doi.org/10.29300/disast ra.v1i1.1485>.

Hakim, Haikal Ibnu, Iviana Polin, and Irwansyah Irwansyah. "Peran Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi dalam Masyarakat 5.0." *Zenodo*, December 10, 2024. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.14564263>.

Hastini, Lasti Yossi, Rahmi Fahmi, and Hendra Lukito. "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?" *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10, no. 1 (2020): 12-28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.

Iriansyah, Herinto Sidik, and Lutfi Hardiyanto. Konsep Dasar Pendidikan Budaya dan Karakter Bangsa. (2024).

Kaplan, Sandra N. "Factors Affecting the Perceptions and Practices of Differentiated Curricula and Pedagogies for Gifted and Talented Students." *Education Sciences* 12, no. 1 (2022): 41. <https://doi.org/10.3390/educsci12010041>.

McCrindle, Mark. *Understanding Generation Z: Recruiting, Training and Leading the next Generation*. McCrindle Research, 2019.

McCrindle, Mark, and Emily Wolfinger. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations/ Mark McCrindle*. McCrindle Research Pty Ltd, 2018.

Muamar, Jihad. "Instagram sebagai Medium Komunikasi Risiko Orang Tua kepada Anak selama Pandemi Covid-19: Studi Netnografi Komunitas Pola Asuh Virtual." *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 20, no. 01 (2022): 27-46. <https://doi.org/10.46937/20202238987>.

Petretto, Donatella Rita, Stefano Mariano Carta, Stefania Cataudella, et al. "Some Lessons Learned in the Use of Distance Learning with Students with Special Educational Needs during COVID-19 Outbreak." *Education Sciences* 11, no. 3 (2021): 108. <https://doi.org/10.3390/educsci11030108>.

Psyridou, Maria, Jenni Ruotsalainen, Mari Manu, et al. "Family Factors and Critical Reading Skills: A Systematic Review." Preprint, PsyArXiv, February 21, 2024. <https://doi.org/10.31234/osf.io/m8z7y>. no. 2 (2024): 426-39. <https://doi.org/10.24912/jk.v16i2.31196>.

Yustiani, Intan, And Galuh Indah Zatadini. Pengaruh Konten Bookstagram @Irmadurrotun terhadap Kemampuan Literasi Digital Followers dalam Evaluasi Informasi Buku. 9, no. 1 (2025).

Sari, Wina Puspita, and M Si. Audit Komunikasi sebagai Alat untuk Mengukur Efektifitas dan Efisiensi Komunikasi dalam suatu Organisasi. (2021).

Sholahudin, Umar. Globalisasi: Antara Peluang dan Ancaman Bagi Masyarakat Multikultural Indonesia. 4, no. 2 (2019).

Tandres, Herliany, and Septia Winduwati. "Pengelolaan *Self-disclosure* Generasi Z melalui Penggunaan Multiple Accounts di Instagram." *Koneksi* 8, no. 1 (2024): 233-44. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.27659>.

Utami, Afifah Indra, Sauqina Sauqina, and Mella Mutika Sari. "Development of Science Education Videos Based on Digital Storytelling as An Independent Learning Resource for Late Adolescents." *Journal of Innovative Science Education* 12, no. 3 (2023): 322-30. <https://doi.org/10.15294/jise.v12i3.72977>.

Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi dan Media Sosial (*Communications and Social Media*)." *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 69-74. <https://doi.org/10.26623/theme ssenger.v3i2.270>.

Yuliasari, Ika, Novianty Elizabeth, and Ahmad Junaidi. "The Baduy Indigenous Community And The Utilization Of Information Technology." *Jurnal Komunikasi* 16,