

Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @Tempodotco Terhadap Minat Baca Generasi Milenial

Annisa Eka Syafrina^{1*}, Ajeng Pradesti², Aulia Asmarani³

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

²Universitas Islam Syekh Yusuf

³International Women University

*corresponding email : annisa.eka@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh daya tarik konten media sosial @Tempodotco terhadap minat baca generasi milenial. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh daya tarik konten media sosial @Tempodotco terhadap minat baca generasi milenial. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa daya tarik konten media sosial @Tempodotco berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat baca generasi milenial, ditunjukkan dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Besarnya pengaruh diperoleh dari nilai koefisiensi determinasi 0.564. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 56,4% minat baca dipengaruhi oleh daya tarik konten sedangkan sisanya 43,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Daya Tarik Konten, Media Sosial, Minat Baca

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi ini membawa banyak perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia, termasuk dalam cara memperoleh dan mengonsumsi informasi. Internet menjadi media utama yang membuka akses informasi luas, tanpa batas ruang dan waktu. Munculnya media sosial sebagai salah satu produk teknologi digital menjadikan proses penyebaran informasi menjadi sangat cepat, interaktif, dan mudah untuk dijangkau oleh berbagai kalangan. Kehadiran media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan atau interaksi sosial, tetapi juga berkembang menjadi salah satu saluran utama untuk menyampaikan berita dan pengetahuan kepada masyarakat.

Selain membuka akses informasi tanpa batas, perkembangan teknologi ini juga mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat dalam mencari pengetahuan. Jika pada era sebelumnya orang bergantung pada media cetak, televisi, atau radio, kini media sosial hadir sebagai sarana dominan yang menggeser media konvensional. Hal ini sejalan dengan laporan We Are Social (2024) yang mencatat bahwa lebih dari 170 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai

hampir 3 jam per hari. Fakta ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya sekadar pelengkap, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari, terutama bagi generasi muda.

Generasi milenial merupakan kelompok yang paling dekat dengan perkembangan teknologi saat ini. Lahir pada kurun waktu 1980-an hingga 1996-an, generasi ini sering disebut sebagai generasi digital natives karena tumbuh dan berkembang dalam era yang tidak terlepas dari internet dan inovasi digital. Mereka memiliki kecenderungan tinggi untuk menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dibandingkan media konvensional. Fenomena ini memunculkan pergeseran budaya literasi, dimana aktivitas membaca tidak lagi terbatas pada buku atau media cetak semata, melainkan juga pada konsumsi konten digital yang disajikan secara ringkas, padat, menarik, dan visual.

Daya tarik konten memegang peranan penting dalam upaya ini. Menurut Heuer dan Brian Solis (dalam Alexander, 2018), terdapat tujuh dimensi utama dalam daya tarik konten, yaitu *clear* (jelas), *concise* (singkat), *concrete* (nyata), *correct* (benar), *coherent* (koheren), *complete* (lengkap), dan *courteous* (sopan). Dimensi-dimensi ini menentukan sejauh mana sebuah konten dapat menarik perhatian audiens, dapat dipahami dengan baik, dan memberikan dorongan untuk mencari informasi lebih lanjut. Jika konten media sosial seperti yang ditampilkan oleh @Tempodotco mampu memenuhi kriteria tersebut, maka kemungkinan besar dapat memengaruhi minat baca generasi milenial.

Penelitian terdahulu memperkuat asumsi ini. Kartika (2019) menunjukkan bahwa kualitas dan daya tarik konten vlog memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku audiens di Youtube. Nuraji (2019) membuktikan bahwa konten Instagram dapat memengaruhi minat pengetahuan pengikutnya. Sementara itu, penelitian Veronika dan Aulia (2022) menemukan daya tarik konten akun Instagram @Akutahu berpengaruh sebesar 71,2% terhadap minat baca generasi milenial. Fakta-fakta ini menunjukkan bahwa konten digital yang menarik bukan hanya sekadar hiburan masyarakat saja, tetapi juga mampu memengaruhi perilaku literasi pada masyarakat.

Dalam konteks ini, akun @Tempodotco menjadi objek yang sangat relevan untuk diteliti. Tempo memiliki sejarah panjang sebagai media yang menyajikan berita berkualitas, namun kini menghadapi tantangan untuk tetap relevan di era digital. Melalui @Tempodotco,

Tempo mencoba menghadirkan konten berita yang disajikan dengan gaya komunikasi yang cepat dan mudah dipahami oleh generasi muda, tanpa mengorbankan kualitas dan kedalaman informasi. Pertanyaan penting yang muncul adalah: Apakah terdapat perbedaan tingkat kepercayaan pembaca.

Karakteristik generasi milenial yang multitasking, adaptif, serta gemar dengan hal-hal instan menjadikan mereka sangat dekat dengan pola konsumsi konten digital. Mereka lebih memilih informasi yang singkat namun padat makna, dilengkapi dengan visual yang menarik, dibandingkan harus membaca teks panjang yang dianggap membosankan. Bahkan, kecenderungan ini turut memengaruhi cara mereka membangun opini publik dan berdiskusi di ruang digital. Artinya, media yang ingin menjangkau generasi ini harus mampu menyesuaikan gaya penyajian konten dengan selera serta kebutuhan mereka.

Salah satu platform media sosial yang sangat populer di kalangan generasi milenial adalah aplikasi Instagram. Dengan basis visual yang kuat, Instagram memfasilitasi penyampaian informasi dalam bentuk gambar, video singkat, dan infografis yang mampu menarik perhatian audiens. Hal ini menjadikan Instagram sebagai medium yang efektif dalam penyampaian informasi aktual yang sebelumnya hanya tersedia dalam bentuk teks panjang di media cetak. Banyak media arus utama di Indonesia yang beradaptasi dengan perkembangan ini, salah satunya adalah Tempo melalui akun resmi @Tempodotco.

Tempo, sebagai salah satu media yang memiliki reputasi kuat dalam jurnalisme investigasi, berupaya menyesuaikan diri dengan pola konsumsi informasi masyarakat di era digital. Akun @Tempodotco menyajikan banyak konten berita dalam bentuk yang lebih singkat, padat, menarik, namun tetap menjaga kualitas dan kedalaman informasi. Konten yang ditampilkan berupa potongan berita terkini, ringkasan isu aktual, serta infografis yang menarik secara visual. Strategi penyajian ini memiliki tujuan untuk menyesuaikan gaya komunikasi media dengan karakter.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, muncul pertanyaan-pertanyaan untuk memahami lebih dalam soal banyaknya daya tarik membaca di generasi milenial maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah terdapat pengaruh daya tarik konten media sosial instagram @tempodotco terhadap minat baca generasi milenial?

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan paradigma positivis dengan metode penelitian kuantitatif eksplanatori untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel dengan mengambil lokasi penelitian di Kota Bekasi, Jawa Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Milenial di Bekasi dengan jenis populasi tak terbatas karena jumlah individu tidak diketahui secara pasti. Karena keterbatasan sumber daya dan waktu yang dimiliki oleh peneliti, peneliti hanya mengambil sebagian elemen populasi untuk digunakan sebagai objek penelitian atau sumber data.

Dalam menentukan sampel, penelitian ini tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel, yaitu menggunakan Teknik Sampling Nonprobabilitas; dalam hal ini jenis sampling purposif, yaitu setiap individu yang digunakan sebagai sampel dipilih secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria yang diterapkan dalam penelitian ini untuk memilih sampel adalah responden, baik laki-laki maupun perempuan, pengguna komunikasi seluler aktif dengan frekuensi lebih dari 5 kali seminggu. Selain itu, responden adalah individu yang berusia di atas 18 tahun.

Penentuan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kesalahan 10% sehingga didapatkan jumlah sampel 100 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada 100 responden sebagai data primer. Peserta diberikan penjelasan yang mendetail bahwa partisipasi mereka dalam penelitian ini bersifat sukarela dan mereka dapat menarik diri kapan saja, serta penjelasan mengenai tujuan dan signifikansi penelitian. Mereka juga diberitahu bahwa privasi mereka akan dilindungi dan partisipasi mereka dalam survei akan tetap anonim.

Selain itu, data sekunder diperoleh melalui literatur dan tinjauan literatur. Kemudian data dianalisis dengan menginventarisasi dalam bentuk perhitungan tabel frekuensi melalui uji statistik dan analisis regresi sebagai metode untuk menginterpretasikan tingkat pengaruh antara

Daya Tarik Konten Media Sosial @Tempodotco sebagai variabel independen dan Minat Baca Generasi Milenial sebagai variabel dependen.

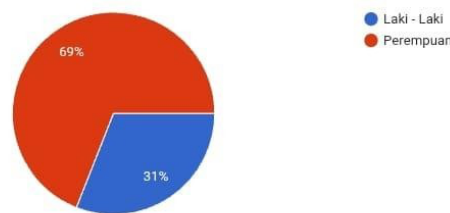
Dalam melakukan analisis data, peneliti melakukan analisis regresi linier sederhana. Analisis ini dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen dan dependen dalam

penelitian memiliki arah hubungan positif atau negatif sehingga dapat memprediksi nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen meningkat atau menurun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mendapatkan temuan sebagai berikut:

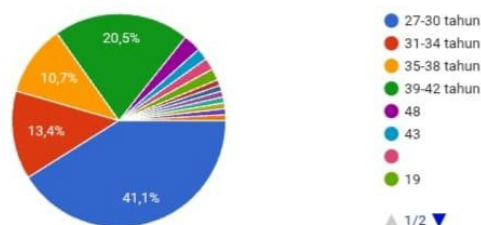
Gambar 1. Diagram Data Jenis Kelamin



Sumber : data primer, diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Gambar 4. 1 yang telah disebutkan, peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas responden dalam studi ini adalah perempuan. Dari 100 responden yang ada, 69%, adalah perempuan, sementara 31 responden lainnya (31%) adalah laki-laki. Kehadiran responden perempuan yang signifikan menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dari generasi milenial dalam studi ini lebih tinggi jika dibandingkan dengan laki-laki. Ini mengindikasikan bahwa perempuan menunjukkan minat yang lebih besar terhadap konten dari media sosial Instagram @Tempodotco, sehingga data yang dikumpulkan diharapkan dapat mencerminkan pandangan generasi milenial tentang ketertarikan membaca berita melalui platform media sosial.

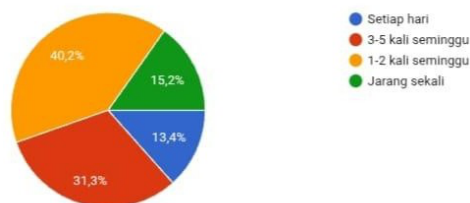
Gambar 2. Diagram Data Usia



Sumber : data primer, diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Gambar 2, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa sebagian besar peserta penelitian berusia antara 27 hingga 30 tahun. Dari total 100 peserta, 41 % termasuk dalam kategori usia ini. Selanjutnya, mereka yang berusia antara 39 dan 42 tahun mencapai 20%, diikuti oleh kelompok usia 31 hingga 34 tahun yang mencakup 13%, serta 11% berasal dari usia 35 hingga 38 tahun. Sisanya adalah individu dari kelompok usia yang lain dengan persentase yang lebih kecil. Dominasi peserta yang berusia 27 hingga 30 tahun menandakan bahwa penelitian ini banyak melibatkan generasi milenial yang berada pada fase produktif dan aktif menggunakan media sosial. Situasi ini menunjukkan bahwa kelompok usia tersebut memiliki ketertarikan yang tinggi serta intensitas penggunaan Instagram dalam mengakses berita dari akun @Tempodotco. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan diharapkan dapat mencerminkan pandangan generasi milenial tentang minat mereka dalam membaca berita melalui platform media sosial dengan lebih relevan.

Gambar 3. Diagram Frekuensi Mengakses Akun @Tempodotco



Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Gambar 3, peneliti dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar responden cukup aktif dalam mengakses akun Instagram @Tempodotco. Dari total 100 responden, sebanyak 45 responden atau sebesar 45% menyatakan mengakses akun tersebut sebanyak 1–2 kali dalam seminggu. Selanjutnya, responden yang mengakses akun Instagram @Tempodotco sebanyak 3–5 kali dalam seminggu berjumlah 35 responden atau sebesar 35%, sedangkan responden yang mengakses setiap hari berjumlah 15 responden atau sebesar 15%. Sementara itu, responden yang menyatakan jarang sekali mengakses akun tersebut berjumlah

17 responden atau sebesar 17%.

Dalam penelitian ini penulis melakukan uji hipotesis dengan analisis regresi linier sederhana menggunakan Program SPSS Statistik Versi 25. Hasil uji hipotesis penelitian.

Correlations

Daya Tarik Konten Media Sosial	Pearson Correlation	1	.751**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	103	103
Minat Baca Generasi Milenial	Pearson Correlation	.751**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	103	103

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1- tailed).

Berdasarkan tabel di atas, peneliti menyimpulkan bahwa nilai koefisien korelasi antara daya tarik konten media sosial @Tempodotco dengan minat baca generasi milenial sebesar 0,751. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif dan kuat, karena berada pada interval 0,60–0,79.

Hasil analisis korelasi ini menunjukkan bahwa daya tarik konten media sosial @Tempodotco (Variabel X) memiliki hubungan yang kuat dengan minat baca generasi milenial (Variabel Y). Artinya, semakin menarik konten yang disajikan oleh akun media sosial @Tempodotco, maka semakin meningkat pula minat baca generasi milenial. Selain itu, nilai signifikansi (Sig. 1-tailed) sebesar $0,000 < 0,01$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan secara statistik pada taraf kepercayaan 99%. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak.

Analisis data ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara daya tarik konten media sosial @Tempodotco terhadap minat baca generasi milenial. Pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS versi 24 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil pengujian menunjukkan bahwa daya tarik konten media sosial @Tempodotco

memiliki hubungan yang signifikan dan kuat terhadap minat baca generasi milenial.

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	XTOTAL ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: YTOTAL
- b. All requested variables entered.

Berdasarkan tabel di atas, peneliti menyimpulkan bahwa metode serta variabel penelitian yang digunakan dalam analisis regresi telah sesuai dengan tujuan penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah daya tarik konten media sosial @Tempodotco, sedangkan variabel dependen adalah minat baca generasi milenial.

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan metode enter, seluruh variabel independen yang telah ditentukan dimasukkan secara bersamaan ke dalam model analisis. Hasil tabel menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang dikeluarkan (removed) dari model, sehingga pada kolom *Variables Removed* tidak terdapat nilai atau dibiarkan kosong. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diajukan dalam penelitian layak digunakan dalam analisis regresi.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.564	.560	.40197

- a. Predictors: (Constant), XTOTAL

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai korelasi (R) antara daya tarik konten media sosial @Tempodotco dengan minat baca generasi milenial adalah sebesar 0,751. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kedua variabel.

Selanjutnya, dari hasil output statistik diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,564. Nilai R Square tersebut berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi (R), yaitu $0,751 \times 0,751 = 0,564$. Hal ini menunjukkan bahwa 56,4% variasi minat baca generasi milenial (Variabel Y) dapat dijelaskan oleh daya tarik konten media sosial @Tempodotco (Variabel X).

Sementara itu, sisanya sebesar 43,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,560 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah cukup baik dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen secara relatif stabil. Selain itu, nilai Std. Error of the Estimate sebesar 0,40197 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi dalam model regresi.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.143	1	21.143	130.853	.000 ^b
	Residual	16.320	101	.162		
	Total	37.463	102			

a. Dependent Variable: YTOTAL

b. Predictors: (Constant), XTOTAL

Berdasarkan Tabel di atas, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata atau signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 130,853 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000.

Karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa daya tarik konten media sosial @Tempodotco (Variabel X) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap minat baca generasi milenial (Variabel Y).

Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak (fit) untuk menjelaskan hubungan antara daya tarik konten media sosial @Tempodotco dan minat baca generasi milenial.

KESIMPULAN

Dengan mengacu pada temuan dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab-bab sebelumnya, ada beberapa kesimpulan yang bisa diambil mengenai penelitian yang berjudul “Dampak Daya Tarik Konten Media Sosial @Tempodotco terhadap Ketertarikan Membaca pada Generasi Milenial”. Kesimpulan ini disusun untuk memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian dan tujuan yang telah ditentukan.

Kuantitatif dengan metode survei dinilai tepat untuk mengukur hubungan kausal antara daya tarik konten media sosial sebagai variabel independen dan minat baca generasi milenial sebagai variabel dependen. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H1) dapat diterima, yang berarti semakin tinggi daya tarik konten yang disajikan oleh @Tempodotco, maka semakin tinggi pula minat baca generasi milenial terhadap konten berita digital. Dengan demikian, daya tarik konten menjadi faktor determinan dalam

Diterima:

membangun keterlibatan audiens sekaligus mendorong budaya membaca di ruang digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi strategis sebagai sarana peningkatan literasi digital dan budaya baca, khususnya di kalangan generasi milenial. Apabila dikelola secara profesional, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kualitas informasi, media sosial tidak hanya mampu menarik perhatian audiens, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk masyarakat yang lebih kritis, informatif, dan berwawasan luas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik sekaligus masukan praktis bagi pengelola media, pendidik, serta pembuat kebijakan dalam merancang strategi komunikasi digital yang efektif dan berkelanjutan di era informasi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, E. (2018). Pengaruh daya tarik konten media sosial Instagram terhadap brand image. *Jurnal Komunikasi*, Universitas Tarumanagara.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aulia, S. (2020). Pola perilaku konsumen digital dalam memanfaatkan aplikasi dompet digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311–324. <https://doi.org/10.24912/JK.V12I2.9829>
- Gliem, R. R., & Gliem, J. A. (2003). Calculating, interpreting, and reporting Cronbach's alpha reliability coefficients for Likert-type scales. *Midwest Research to Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education*.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249.
- Kartika, A. W. (2019). Studi korelasi antara kualitas konten, daya tarik konten, dan terpaan tayangan video blog pada akun beauty blogger Abel Cantika di YouTube dengan perilaku imitasi siswi di SMK Negeri 4 Surakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563–575.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55.
- Veronika, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh daya tarik konten media sosial @Akutahu terhadap minat baca generasi milenial. *Koneksi*, 6(2), 295–304.
- Wasiyem, dkk. (2021). Literasi digital dalam pembelajaran. *Jurnal PENDIS*.