

## #BOOKTOKINDONESIA: ANALISIS KONTEN KOMUNITAS PEMBACA BUKU PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Esther Aurellia Christie<sup>1\*</sup>; Kunto Adi Wibowo<sup>2</sup>; Ikhsan Fuady<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Padjajaran

\*Korespondensi: esther20001@mail.unpad.ac.id

### ABSTRACT

*Books are the windows to the world, by reading books, a lot of new knowledge can be gained. However, it is unfortunate that as time goes by, people's interest in reading is declining. One of the reasons is known to be the rapid development of technology which makes people lazy because they are too dependent on technology. However, technology can also be utilized to promote reading. The results of the analysis of 131 videos with #BookTokIndonesia show that Tere Liye is the most talked about author, especially with his book "Hujan". The book "Laut Bercerita" became the most popular, with the tendency for content producers to favour fiction books with sad plots. The themes of community and reader identity came up frequently, showing the similarities between them. The majority of video themes did not correlate strongly with the number of likes and comments.*

### ABSTRAK

Buku adalah jendela dunia, dengan membaca buku, banyak pengetahuan baru yang dapat diperoleh. Namun, sangat disayangkan bahwa seiring berjalannya waktu, minat membaca orang-orang semakin menurun. Salah satu penyebabnya diketahui adalah karena pesatnya perkembangan teknologi yang membuat manusia menjadi malas karena terlalu bergantung pada teknologi. Walau begitu, teknologi ternyata juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan kegiatan membaca. Kemunculan #BookTokIndonesia menjadi harapan bagi bangsa Indonesia karena ternyata cukup banyak orang yang aktif dalam komunitas tersebut. Hasil analisis terhadap 131 video dengan #BookTokIndonesia menunjukkan bahwa Tere Liye adalah penulis yang paling banyak dibicarakan, terutama dengan bukunya "Hujan". Buku "Laut Bercerita" menjadi yang paling populer, dengan kecenderungan produser konten menyukai buku fiksi dengan plot sedih. Tema komunitas dan identitas pembaca sering muncul, menunjukkan kesamaan di antara mereka. Mayoritas tema video tidak berkorelasi kuat dengan jumlah likes dan comments.

**Keywords:** #BookTokIndonesia, Buku, Pembaca Buku, TikTok

### 1. PENDAHULUAN

Buku adalah gudang ilmu dan membaca adalah kuncinya. Pepatah tersebut telah menggambarkan dengan singkat seberapa pentingnya membaca buku. Pada dasarnya, membaca adalah proses fisik dan psikologis, yang melibatkan pengamatan visual terhadap materi tertulis dan pemrosesan kognitif dari informasi yang terkandung di dalamnya. Membaca membantu dalam memahami semua detail dalam sebuah teks, sehingga memberikan dasar pengetahuan (pengembangan intelektual) untuk masa depan pembaca. Membaca dapat menstimulasi aktivitas mental, mengurangi stres, memperluas kosakata, dan melibatkan proses kognitif (Patiung, 2016). Dengan membaca buku banyak manfaat dapat diperoleh, contohnya mencakup pengembangan diri, pertumbuhan profesional, keterampilan memecahkan masalah, meningkatkan citra diri, dan pemahaman global (Rintaningrum, 2019).

Hubungan antara membaca buku dan literasi sangatlah erat. Literasi lebih dari sekadar keterampilan membaca dan menulis dasar. Namun, literasi mencakup pemanfaatan keterampilan seseorang untuk memproses dan memahami informasi melalui kegiatan membaca dan menulis (Oktariani & Ekadiansyah, 2020). Membaca buku secara teratur dapat meningkatkan kemampuan literasi karena buku biasanya memberikan informasi yang lebih rinci dan kompleks daripada teks singkat yang ditemukan di media sosial atau artikel *online*. Literasi adalah keterampilan hidup yang penting yang memungkinkan seseorang untuk berkembang dalam masyarakat. Keterampilan ini muncul dari kemampuan untuk mengatasi masalah dengan

menggunakan pemikiran kritis (Irianto & Febrianti, 2017). Selain itu, kemampuan literasi yang baik memungkinkan seseorang untuk terlibat secara aktif dalam bidang sosial dan politik, karena kemampuan ini membekali mereka untuk mengakses dan memahami berbagai informasi yang diperlukan untuk mengambil keputusan yang tepat. (Baker, 2003).

Namun, seiring berjalannya waktu, minat membaca orang-orang justru semakin menurun. Salah satu penyebab utama fenomena ini adalah perkembangan teknologi yang pesat. Di balik segala sisi positif dari teknologi yang sangat mempermudah berbagai aktivitas manusia, terdapat sisi negatif di mana manusia menjadi malas karena terlalu bergantung pada teknologi. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh orang awam, tetapi juga oleh para ahli.

Nicholas Carr dalam esainya “Is Google Making Us Stupid?” berbagi pengalaman di mana ia merasa kehilangan kemampuan untuk membaca bacaan yang panjang. Ia menyatakan bahwa sangat sulit baginya untuk mempertahankan konsentrasi setelah membaca dua atau tiga halaman. Fenomena ini tidak hanya dialami oleh Carr, tetapi juga oleh banyak ahli lainnya yang merasa kesulitan membaca karena telah terbiasa menggunakan teknik skimming saat membaca di internet (Carr, 2008). Teknik skimming yang menekankan pada pembacaan dan pencarian informasi yang cepat, sering kali menggantikan pembacaan mendalam yang diperlukan untuk memahami teks yang lebih kompleks dan panjang.

Selanjutnya, sebuah studi yang dilakukan di Cina menunjukkan bahwa keterlibatan terus-menerus dengan media sosial berdampak negatif pada konsentrasi dan kemampuan membaca mendalam, menyebabkan gangguan membaca dan rentang perhatian yang lebih pendek. Pengguna berat media sosial juga memiliki kecenderungan membaca secara mikro atau fokus pada potongan informasi kecil daripada membaca mendalam. Sebagian besar mahasiswa (70,4%) bahkan menganggap penggunaan media sosial yang kronis lebih merugikan pembelajaran mereka, meskipun hanya setengah yang setuju perlunya kontrol lebih ketat. (Liu, Hu, & Bi, 2023).

Di sisi lain, teknologi juga dapat membantu mempromosikan kegiatan membaca, seperti yang terjadi pada media sosial TikTok. TikTok merupakan platform media sosial dengan konten utama berupa video singkat. Melalui tanda pagar #BookTok, terbentuk sebuah komunitas pembaca buku yang aktif berbagi berbagai video seputar buku. Sebuah artikel oleh Jerasa dan Boffone membahas bagaimana TikTok telah menjadi platform yang signifikan untuk diskusi dan rekomendasi buku. #BookTok telah berkembang menjadi komunitas yang dinamis di mana para penggunanya berbagi pengalaman membaca, mengulas buku, dan terlibat dalam diskusi sastra melalui video-video pendek yang menarik (Jerasa & Boffone, 2021). Video pada tagar tersebut telah dilihat oleh jutaan orang, menunjukkan ketertarikan besar dari para pengguna TikTok terhadap konten mengenai buku. Selain itu, diketahui juga bahwa interaksi di dalam komunitas #BookTok menimbulkan rasa kebersamaan yang berakar dari minat yang sama. Hal tersebut kemudian dapat menyebabkan pembaca untuk menjadi lebih terlibat dan termotivasi untuk membaca buku karena adanya dukungan dan rekomendasi dari individu lainnya di dalam #BookTok (Jerasa & Boffone, 2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa, meskipun minat membaca tradisional mungkin menurun, ada cara-cara baru yang efektif untuk menumbuhkan minat membaca di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut seputar tagar #BookTokIndonesia. Adapun, pertanyaan penelitian (RQ) yang mendasari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis dan buku apakah yang populer di komunitas Booktok Indonesia?

2. Tema berulang apakah yang dieksplorasi dan dipromosikan dalam video yang dibagikan di komunitas Booktok Indonesia?
3. Apakah terdapat hubungan antara tema video dengan *likes* pada video yang menggunakan #BookTokIndonesia?
4. Apakah terdapat hubungan antara tema video dengan *comments* pada video yang menggunakan #BookTokIndonesia?

Temuan-temuan ini dikaji dalam konteks implikasinya terhadap layanan konsultasi pembaca perpustakaan yang menasar kaum muda. BookTok memberikan wawasan yang berharga tentang preferensi dan kebiasaan membaca anak muda.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA (Times New Roman 12)

### Minat Baca Orang Indonesia

Menurut KBBI, kata minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Sedangkan, baca diartikan sebagai kegiatan melihat dan memahami isi dari tulisan (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima, 2016). Adapun minat baca didefinisikan sebagai perasaan senang yang kuat yang disebabkan oleh keinginan diri untuk membaca dan menggali informasi (Mansyur, 2018).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Central Connecticut State University pada tahun 2016, ditemukan bahwa minat membaca orang Indonesia berada di urutan ke-60 dari 61 atau setara dengan kedua dari terakhir (Miller & McKenna, 2016). Hal tersebut juga didukung oleh hasil dari penelitian UNESCO yang menunjukkan bahwa minat membaca orang Indonesia hanya 0,001%, yang artinya hanya 1 dari 1,000 orang yang rajin membaca (Devega, 2017). Melalui kedua data yang ditampilkan oleh kedua penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat baca orang Indonesia masih sangatlah rendah terutama jika dibandingkan dengan negara-negara lain.

Penyebab rendahnya minat baca sendiri sangatlah beragam dan dapat dibagi menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi karakteristik dan kebiasaan pribadi siswa, motivasi, dan sikap mereka terhadap membaca. Siswa yang kurang memiliki motivasi atau minat membaca cenderung tidak dapat mengembangkan dan mempertahankan kebiasaan membaca. Faktor eksternal meliputi ketersediaan buku dan bahan bacaan, lingkungan sekolah, dan lingkungan keluarga. Siswa yang memiliki akses ke beragam jenis buku, lingkungan sekolah yang mendukung, dan keluarga yang menghargai membaca lebih mungkin untuk menumbuhkan kecintaan untuk membaca dan mempertahankan minat mereka (Kamasiah, 2023). Selain itu, ketiadaan literatur yang berkualitas dan kurangnya keragaman buku, serta kurangnya bimbingan dan dorongan dari orang tua, juga dapat menyebabkan rendahnya minat baca. Orang tua yang secara aktif mendorong dan mendukung kebiasaan membaca anak-anak mereka membantu menumbuhkan kecintaan seumur hidup untuk membaca, sedangkan orang tua yang tidak melakukannya dapat berkontribusi pada berkurangnya minat membaca.

### Komunitas Pembaca Buku Daring

Jika kita membayangkan klub buku, gambaran klasiknya lebih seperti sekelompok orang yang duduk melingkar atau mengelilingi meja, dengan buku di tangan mereka, dan seorang pemimpin yang memimpin diskusi tentang buku itu. Pengaturan ini mencerminkan struktur khas dalam klub buku layanan sosial dan klub buku pengembangan profesional (Flood & Lapp, 1994). Dalam lingkungan profesional seperti pendidikan, klub buku profesional ini sering kali berkisar pada membaca literatur anak-anak atau remaja atau memilih buku non-fiksi

profesional (Flood & Lapp, 1994; Walpole & Beauchat, 2008). Kelompok-kelompok ini dapat digambarkan sebagai ruang afinitas yang terbentuk di sekitar kelompok pendidik yang tertarik untuk membaca dan mendiskusikan buku yang sama atau menjelajahi pedagogi tertentu sambil mendiskusikan praktik mereka sendiri. Terkadang ruang afinitas ini muncul secara spontan, tetapi sering berkembang untuk memenuhi kebutuhan pengembangan profesional atau agenda penelitian (Roberts dan Pruitt, 2003; Thomas, 2012). Sekarang alat pembelajaran digital telah tersedia, beberapa ruang afinitas ini telah pindah ke Internet.

Kelompok pembaca buku selalu menjadi cara yang populer bagi pembaca untuk berkumpul untuk berbagi pemikiran dan ide mereka. Seiring dunia online yang telah berkembang lebih jauh, diskusi buku menemukan jalan mereka ke media baru ini. Alih-alih terbatas pada anggota yang dapat bertemu langsung, klub buku dapat menyertakan anggota dari seluruh pelosok negeri atau dunia. Grup buku online menyatukan pembaca dengan cara baru dan menawarkan cara baru bagi pustakawan untuk menemukan bagaimana pembaca dan buku bertemu (Fister, 2005). Dalam artikel ini, peneliti mengeksplorasi dimensi sosial komunitas membaca online di media sosial TikTok.

### **TikTok dan BookTok**

TikTok merupakan media sosial dengan ciri khas konten berupa video singkat. Pengguna dapat membuat video pendek berdurasi mulai dari 15 detik sampai dengan 3 menit. Sejak pertama kali diluncurkan di tahun 2017, TikTok telah memperoleh popularitas di seluruh dunia. TikTok bahkan sempat menjadi aplikasi seluler yang paling banyak diunduh pada tahun 2018 dan 2019, mengalahkan media sosial terdahulu, yaitu Facebook, YouTube, dan Instagram (Li, Guan, Hammond, & Berrey, 2021). TikTok terkenal akan tren tarian dan nyanyiannya yang kerap viral, serta video klip konyol (Roose, 2018).

TikTok menyajikan video pendek hingga satu menit. Video ini adalah teks yang dapat mengandalkan kombinasi suara, video, dan gambar statis, serta teks, tagar, emotikon, dan animasi untuk menyampaikan makna. TikTok “menekankan peran musik dalam membuat video dan memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menyesuaikan efek visual khusus video dengan musik yang mereka pilih” (Lu & Lu, 2019). Mengikuti penelitian sebelumnya tentang komposisi produk cerita digital multimodal untuk anak muda, produsen konten (CP) TikTok “menggunakan sumber daya multimodal untuk menciptakan makna dan menyampaikan emosi” dengan “(1) mengatur teks, gambar, dan suara; (2) menggunakan kartun dan emoticon; dan (3) budaya remix” (Kim & Li, 2021). Wang (2020) mencatat bahwa video pendek menawarkan konten yang signifikan meskipun durasinya terbatas. Di TikTok, "pengguna mengikuti dan berinteraksi dengan menonton, menyukai, berkomentar, dan berbagi video," sementara TikTok bisa dibilang menawarkan estetika yang unik karena "TikTok memposisikan dirinya untuk fokus pada video paling aneh." diproduksi secara profesional atau estetis”.

Pengguna dengan minat yang sama di TikTok dapat membentuk komunitas, seperti komunitas BookTok. Kebanyakan dari mereka adalah orang asing yang belum pernah bertemu. Pengguna tidak harus memenuhi persyaratan apa pun untuk bergabung dengan komunitas ini; Suka dan berinteraksi dengan beberapa video serupa, dan pengguna dapat menemukan banyak konten serupa melalui algoritma TikTok (Haryoto, Ramadhanti, Nadialhaq, Listyanti, & Pandin, 2022). Hingga pada 21 Agustus 2020, tagar #BookTok mencapai 743,9 juta tampilan (Merga, 2021).

## Hashtags

Sementara penggunaan tagar dalam konteks lain telah dipelajari sebagai bentuk “pelabelan sosial” dan sebagai “alat untuk menempa dan mempertanyakan ikatan sosial” (Zappavigna, 2018), sedikit yang diketahui tentang penggunaan tagar yang dipromosikan oleh komunitas BookTok, penulis dan buku mana yang berperan dalam budaya populer anak muda dan nilai antusias pembaca buku di komunitas BookTok, yang juga tercermin dalam tema di inti video mereka. Tagar adalah fitur deskriptif penting dari TikTok.

Saat pengguna memposting video, mereka dapat menambahkan tagar untuk mendeskripsikan klip mereka. Seperti Twitter, tagar yang paling umum digunakan mewakili topik di platform, dan seperti Instagram, klip video dikategorikan berdasarkan tagar mereka ... Dengan TikTok, pengguna dapat mencari video dengan tagar tertentu dan melihat hasil paling populer (Serrano, Carlos, Papakyriakopoulos, & Hegelich, 2020).

Pekerjaan terbaru yang meneliti penggunaan tagar di TikTok berfokus pada komunikasi kebijakan, dan tagar telah digunakan untuk mengidentifikasi karya yang relevan (Serrano, Carlos, Papakyriakopoulos, & Hegelich, 2020), mengikuti pendekatan analisis konten terpandu (Hsieh & Shannon, 2005) yang meluas pengetahuan yang ada dan mencari istilah-istilah khusus dalam data alih-alih membiarkannya muncul melalui pendekatan induktif. Namun, selain menggunakan tagar dalam pendekatan yang ditargetkan ini, penelitian juga dapat menggunakan penelitian induktif untuk mengidentifikasi tagar mana yang populer dan karena itu memiliki hak istimewa dalam suatu komunitas, yang dapat memberikan wawasan tentang apa yang saat ini populer dan berharga di area tertentu.

### 3. METODE

Metode yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi. Eriyanto (2007) mendeskripsikan analisis isi sebagai teknik yang dapat digunakan untuk mengkaji dan menyimpulkan suatu kejadian melalui dokumen teks. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, yaitu dengan memanfaatkan perhitungan terstruktur untuk menemukan suatu penjelasan kuantitatif.

#### Populasi dan Sampel

Dalam sebuah penelitian, populasi merupakan area abstraksi yang melingkupi obyek maupun subyek dengan kualitas dan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk ditelusuri lebih lanjut dan disimpulkan (Sugiyono, Memahami penelitian kualitatif, 2005). Populasi pada penelitian ini meliputi seluruh video yang menggunakan #BookTokIndonesia di media sosial TikTok selama tiga bulan pertama di tahun 2022 atau total berjumlah 469 video. Peneliti memutuskan untuk mengambil populasi tersebut dengan pertimbangan, bahwa #BookTokIndonesia lebih tersegmentasi lagi daripada #BookTok. Selain itu, peneliti memilih untuk memfokuskan penelitian pada video yang diunggah di triwulan pertama tahun 2022 karena pada tahun tersebut komunitas BookTok sudah semakin berkembang. Sugiyono (2011) mendefinisikan teknik sampling sebagai metode yang diterapkan dalam mengambil sampel. Terdapat beberapa teknik yang dapat dipilih untuk digunakan dalam melakukan pengambilan sampel. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *simple random sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dari keseluruhan populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada (Sugiyono, 2014). Sampel adalah bagian dari total dan karakter yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2011). Ukuran sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan perhitungan pada *website* surveymonkey. Perhitungan

mempertimbangkan ukuran populasi yang berjumlah 469 video, *confidence level* sejumlah 95%, dan *margin of error* sejumlah 5%. Adapun hasil dari perhitungan menunjukkan ukuran sampel yang berada di angka 131.

### Uji Reliabilitas

Sebelum memulai penelitian, penting untuk melakukan uji reliabilitas agar dapat mengetahui konsistensi antar-coder. Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti dapat mengambil sebagian kecil dari sampel. Untuk itu, peneliti memilih untuk menggunakan rumus yang disarankan oleh Riffe, Lacy, dan Fico (2014) untuk pengambilan sampel uji reliabilitas, yaitu:

$$n = \frac{(N - 1)(SE)^2 + PQN}{(N - 1)(SE)^2 + PQ}$$

Keterangan :

N = jumlah sampel penelitian

SE = 0.03 (*confidence level* 5%, *level of agreement* 95%)

P = *level of agreement*

Q = (1-P)

n = jumlah sampel untuk uji reliabilitas

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, ditemukan bahwa akan ada 43 video yang akan dilakukan uji reliabilitas. Video tersebut diambil secara acak dari keseluruhan video yang menggunakan tanda pagar #BookTokIndonesia pada media sosial TikTok. Pengujian terhadap sampel dilakukan dengan mengacu pada *coding book* yang dirujuk dari penelitian serupa yang dilakukan oleh Merga (2021). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan dua *coder*, yaitu peneliti sendiri dengan bantuan sesama mahasiswa S-1 Universitas Padjadjaran.

Untuk melihat reliabilitas sampel pada penelitian ini, peneliti menjadikan Krippendorff's Alpha ( $\alpha$ ) sebagai tolok ukur. Krippendorff's Alpha dapat menunjukkan persetujuan antar-coder. Adapun syarat untuk sebuah kategori dapat dinyatakan reliabel adalah ketika nilai Krippendorff's Alpha setidaknya berada pada angka  $\geq 0.667$ . Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan pada penelitian ini, semua kategori dalam unit analisis termasuk reliabel karena memenuhi standar batasan nilai, yaitu menghasilkan nilai di atas 0.667.

Dengan menggunakan kode 0 atau 1, dengan 0 berarti tidak ada dan 1 berarti ada, peneliti menganalisis tema yang terdapat pada video. Setiap kategori tema pada penelitian ini menunjukkan angka yang reliabel dimana tema rekomendasi memperoleh angka Krippendorff's Alpha sejumlah 0.782, pengalaman pembaca Krippendorff's Alpha sejumlah 0.761, respons emosional pembaca Krippendorff's Alpha sejumlah 0.696, komunitas dan identitas pembaca Krippendorff's Alpha sejumlah 0.757, karakter dan tempat Krippendorff's Alpha sejumlah 0.809, penulis, manajemen perpustakaan pribadi Krippendorff's Alpha sejumlah 0.728, dan pembaca dalam keluarga Krippendorff's Alpha sejumlah 1. Namun, peneliti menghilangkan kategori tema penulis karena setelah melalui proses uji reliabilitas ditemukan bahwa kategori tersebut tidak terdefiniskan.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Penelitian

##### a. Penulis dan buku yang populer di komunitas BookTok Indonesia

Melalui tabel 1, diketahui bahwa ada satu penulis dan tiga judul buku yang kemunculannya paling dominan pada #BookTokIndonesia. Penulis tersebut bernama Tere Liye dengan frekuensi kemunculan sebanyak lima kali atau setara dengan 3.8% dari 131 video. Hal tersebut berarti H1, yang menduga Tere Liye sebagai penulis yang banyak diperbincangkan oleh komunitas BookTok Indonesia, dapat diterima. Adapun judul buku dengan frekuensi kemunculan paling sering adalah "Laut Bercerita" dengan jumlah 11 video atau 8.4%, disusul dengan "Untuk Dia yang Terlambat Gue Temukan" dan "Hujan" dengan jumlah masing-masing 4 video atau 3% dari sampel.

**Tabel 1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Penulis dan Buku Populer**

Karakteristik	Jumlah (N=131)	Persentase (%)
<b>Penulis Populer*</b>		
Tere Liye	5	3.8
<b>Buku Populer*</b>		
Laut Bercerita	11	8.4
Untuk Dia yang Terlambat Gue Temukan	4	3
Hujan	4	3

\*hanya menyertakan penulis dan buku yang direferensikan setidaknya dalam 4 video

##### b. Tema berulang yang dieksplorasi dan dipromosikan dalam video yang dibagikan di komunitas BookTok Indonesia

Tabel 2 menunjukkan frekuensi kemunculan tema video yang terdiri dari empat kategori tema dengan salah satu tema yang mencakup empat sub-tema. Tema yang menduduki peringkat paling atas adalah sub-tema komunitas dan identitas pembaca pada tema pembaca, dengan jumlah video 54 dan persentase 41.2% dari keseluruhan 131 sampel. Kemudian, tema rekomendasi menempati peringkat berikutnya dengan 47 video atau 35.9%. Tema selanjutnya adalah manajemen perpustakaan dengan 17 video atau 13%, karakter dan tempat dengan 14 video atau 10.7%, sub-tema pengalaman pembaca dan respons emosional pembaca dengan jumlah masing-masing 11 video atau 8.4%, serta yang terakhir pembaca dalam keluarga dengan 3 video atau 2.3%.

**Tabel 2. Distribusi Frekuensi Tema Video**

Tema	Jumlah (N = 131)	Persentase (%)	
Rekomendasi	47	35.9	
Karakter dan Tempat	14	10.7	
Manajemen Perpustakaan Pribadi	17	13	
Pembaca	Pengalaman Pembaca	11	8.4
	Respons Emosional Pembaca	11	8.4
	Komunitas dan Identitas Pembaca	54	41.2

### c. Hubungan antara tema video dengan like

Berdasarkan output di atas, nilai signifikansi tema rekomendasi diketahui sebesar 0.871, tema karakter dan tempat sebesar 0.148, tema manajemen perpustakaan sebesar 0.749, dan tema pembaca sebesar 0.468. Dari data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel tema dengan *like* karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0.05. Kemudian, nilai koefisien korelasi dari tema rekomendasi menunjukkan angka 0.014, tema karakter dan tempat menunjukkan angka -0.127, tema manajemen perpustakaan menunjukkan angka 0.028, dan tema pembaca menunjukkan angka 0.064. Dengan demikian, maka seluruh tema selain tema karakter dan tempat memiliki hubungan sangat lemah dengan *like* karena berada di antara angka 0.00 - 0.25. Adapun tema karakter dan tempat tidak memiliki hubungan sama sekali dengan *like* karena menunjukkan angka negatif (-) atau di bawah 0.00.

Tabel 3. Analisis Bivariat Hubungan antara Tema Video dengan Like

		Tema Rekomendasi	Tema Karakter Tempat	Tema Manajemen Perpustakaan	Tema Pembaca
Like	Correlation Coefficient	.014	-.127	.028	.064
	Sig. (2-tailed)	.871	.148	.749	.468
	N	131	131	131	131

### d. Hubungan antara tema video dengan comment

Dari tabel 4, diketahui bahwa nilai signifikansi tema rekomendasi berada di angka 0.892, tema karakter dan tempat berada di angka 0.431, tema manajemen perpustakaan berada di angka 0.997, dan tema pembaca berada di angka 0.308. Melalui data yang ditampilkan, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel tema dengan *comment* karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0.05. Selanjutnya, nilai koefisien korelasi dari tema rekomendasi menunjukkan nilai -0.012, tema karakter dan tempat menunjukkan nilai -0.069, tema manajemen perpustakaan menunjukkan nilai 0.000, dan tema pembaca menunjukkan nilai 0.090. Dengan demikian, maka seluruh tema selain tema karakter dan tempat serta tema rekomendasi memiliki hubungan sangat lemah dengan *comment* karena menunjukkan nilai di antara 0.00 - 0.25. Adapun tema karakter dan tempat serta tema rekomendasi tidak memiliki hubungan sama sekali dengan *like* karena menunjukkan angka negatif (-) atau di bawah 0.00.

Tabel 4. Analisis Bivariat Hubungan antara Tema Video dengan Comment

		Tema Rekomendasi	Tema Karakter Tempat	Tema Manajemen Perpustakaan	Tema Pembaca
Like	Correlation Coefficient	-.012	-.069	.000	.090
	Sig. (2-tailed)	.892	.431	.997	.308
	N	131	131	131	131

## Pembahasan

### a. Penulis dan buku apa yang populer di komunitas BookTok Indonesia?

#BookTokIndonesia merupakan variasi lain dari #BookTok yang sudah terlebih dahulu meraih popularitas di skala global. #BookTokIndonesia sendiri utamanya digunakan oleh orang-orang Indonesia pada video TikTok yang berkaitan dengan buku. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan terhadap komunitas BookTok Indonesia, diketahui bahwa para kreator konten yang menggunakan #BookTok Indonesia memiliki preferensi penulis dan buku yang cukup beragam. Walaupun Tere Liye muncul sebagai penulis yang terbilang paling sering dibicarakan pada komunitas BookTok Indonesia, tetapi peneliti kesulitan untuk menarik kesimpulan atas penulis populer lainnya. Hal tersebut terjadi karena selain nama penulis lainnya lebih jarang muncul, para produser juga membahas penulis yang berbeda-beda. Selanjutnya pada kategori buku terpopuler, terdapat perbedaan preferensi genre dari ketiga buku yang paling sering muncul dalam video. Namun, sebuah kesimpulan dapat ditarik bahwa komunitas BookTok Indonesia cenderung lebih menyukai buku novel fiksi berbahasa Indonesia. Kecenderungan tersebut juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya, yang telah terlebih dahulu membuktikan bahwa buku bergenre fiksi memang cenderung lebih disukai daripada genre lainnya dan terdapat pengaruh cerita fiksi terhadap budaya literasi di Indonesia (Ihsania, Wikanengsih, & Ismayani, 2020).

Mirip dengan bagaimana klub buku tradisional berfokus pada satu buku untuk periode tertentu yang memungkinkan semua anggota untuk berkonsentrasi pada teks yang sama, komunitas seperti BookTok dapat menekankan pada pilihan buku tertentu untuk menumbuhkan rasa kebersamaan di antara para anggota (Merga, 2021). Pada penelitian ini, hal tersebut juga dibuktikan oleh banyaknya video yang sedang membicarakan mengenai buku Laut Bercerita pada periode waktu penelitian. Maka dari itu, untuk membangun atau meningkatkan minat membaca di perpustakaan, staf perpustakaan dapat mempertimbangkan strategi “Rekomendasi Buku Bulan Ini”, dengan membeli beberapa eksemplar buku populer untuk menggugah ketertarikan para pengunjung dalam membaca dan menciptakan pengalaman membaca bersama. Layanan konsultasi pembaca perpustakaan untuk anak muda dapat memanfaatkan wawasan ini untuk terlibat secara lebih efektif dengan audiens mereka.

### b. Tema-tema apa saja yang sering dieksplorasi dan dipromosikan dalam video-video yang dibagikan di komunitas BookTok Indonesia?

Terdapat dua tema yang paling banyak melatari video-video #BookTokIndonesia, yaitu:

#### **Rekomendasi**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tema rekomendasi merupakan tema kedua yang paling banyak dibicarakan di dalam video-video bertagar #BookTokIndonesia. Penelitian oleh Husna dan Mairita mengungkap bahwa pengguna Gen Z sering menggunakan TikTok untuk mencari rekomendasi sebelum melakukan pembelian. Preferensi ini berasal dari video pendek TikTok yang menawarkan deskripsi dan ulasan produk dari berbagai pengguna yang telah melakukan pembelian. Ulasan video ini memberikan lebih banyak informasi dan pertimbangan kepada calon pembeli, membantu mereka dalam memutuskan apakah akan membeli suatu produk (Husna & Mairita, 2024). Tren ini ternyata juga berlaku untuk rekomendasi buku. Banyak pengguna, terutama pembaca muda, mencari saran buku di TikTok melalui tagar #BookTokIndonesia.

Video-video yang ringkas dan menarik ini sering kali berisi ulasan, rangkuman, dan reaksi pribadi terhadap buku, sehingga memudahkan calon pembaca untuk menentukan apakah sebuah buku menarik bagi mereka. Format visual dan fitur yang interaktif dari TikTok memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengevaluasi popularitas dan penerimaan sebuah buku, sehingga mempengaruhi keputusan membaca mereka.

BookTok Indonesia telah mengembangkan komunitas yang hidup dengan mawadahi pembaca untuk dapat menemukan judul-judul baru dan rekomendasi buku yang personal. Platform ini tidak hanya menampilkan buku-buku yang sedang tren, tetapi juga menyoroti beragam penulis dan genre yang mungkin luput dari perhatian. Hasilnya, #BookTokIndonesia membuat rekomendasi buku menjadi lebih mudah diakses dan menarik. Kemudahan mengakses berbagai ulasan dan rekomendasi di satu tempat mendorong pemilihan buku yang lebih efektif dan efisien. Perpustakaan dapat memanfaatkan tren ini untuk memperkirakan buku bacaan yang akan menarik perhatian para pengunjung pada suatu periode waktu.

#### **Komunitas dan identitas pembaca**

Tema ini mencakup beragam video yang menyoroti kemiripan para pembaca, sehingga orang-orang dapat dengan mudah merasakan adanya kesamaan karena memiliki keterkaitan dengan pengalaman pribadi mereka sendiri. Hal tersebut menumbuhkan rasa kebersamaan di antara para pecinta buku pada komunitas BookTok Indonesia, terbukti dari interaksi yang dapat dilihat melalui kolom komentar, *like*, dan bahkan dalam beberapa kejadian, *stitch video* yang dilakukan oleh kreator lain. Hal tersebut dapat dijelaskan melalui Self-Determination Theory yang berargumen bahwa keterkaitan merupakan salah satu kebutuhan yang mengacu pada membangun rasa kebersamaan dengan orang lain yang muncul dari pengalaman hubungan yang dekat dan hangat (Baumeister & Leary, 1995) (Deci & Ryan, 2004). Rasa keterkaitan ini bisa sangat memotivasi, karena orang sering kali terdorong dengan melihat orang lain yang memiliki minat yang sama. Salah satu aspek yang paling menarik dari TikTok adalah sentuhan pribadi yang diberikan oleh para pembuat konten pada video mereka. Keaslian ini bisa sangat mendorong penonton untuk membaca buku.

Format video TikTok yang pendek dan menarik membuatnya sempurna untuk menarik perhatian dan menginspirasi aksi. Para kreator sering kali menggunakan penceritaan yang kreatif, humor, dan pengaturan yang menarik secara visual untuk membuat video mereka menonjol. Video-video ini dapat membuat membaca terlihat lebih menyenangkan dan menarik, sehingga memotivasi penonton untuk berpartisipasi dan berbagi pengalaman mereka sendiri. Jangkauan TikTok yang luas mendorong inklusivitas sehingga penonton dari berbagai latar belakang dan dengan beragam minat dapat menemukan konten yang sesuai dengan mereka.

#### **c. Apakah terdapat hubungan antara tema video dengan like dan comment pada video yang menggunakan #BookTokIndonesia?**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar tema video memiliki pengaruh yang minim terhadap jumlah *like* dan komentar pada video bertag *#BookTokIndonesia*. Tema-tema seperti rekomendasi, manajemen perpustakaan pribadi, pengalaman pembaca, respon emosional pembaca, komunitas dan identitas pembaca, serta pembaca dalam keluarga, secara umum menunjukkan pengaruh yang lemah terhadap *like*. Selanjutnya, video-video dengan tema yang berkaitan dengan manajemen perpustakaan pribadi,

pengalaman pembaca, respon emosional pembaca, komunitas dan identitas pembaca, serta pembaca dalam keluarga memiliki pengaruh yang lemah terhadap jumlah komentar. Beberapa tema tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadap jumlah *like* dan *comment*, seperti tema karakter dan tempat yang tidak menunjukkan pengaruh terhadap jumlah *like*, serta tema karakter dan tempat dan rekomendasi yang tidak menunjukkan pengaruh terhadap jumlah komentar.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tema-tema yang populer di komunitas #BookTokIndonesia tidak selalu mendorong interaksi yang tinggi dalam hal *like* atau komentar. Wawasan ini sangat penting bagi pembuat konten dan pustakawan yang ingin memahami dinamika interaksi di dalam komunitas ini dan dapat mendorong mereka untuk mengeksplorasi metode alternatif untuk meningkatkan interaksi. Analisis mendalam diperlukan untuk mengungkap faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap popularitas dan keterlibatan video #BookTokIndonesia, seperti durasi video, gaya penyampaian, dan penggunaan elemen visual yang menarik. Pemahaman yang lebih mendalam ini dapat membantu dalam menciptakan strategi konten yang lebih efektif dan beresonansi dengan audiens.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah peneliti lakukan terhadap 131 video yang menggunakan #BookTokIndonesia, ditemukan beberapa kesimpulan. Kesimpulan pertama, Tere Liye merupakan penulis yang paling banyak diperbincangkan oleh produser konten pada komunitas BookTok Indonesia. Bahkan, salah satu buku karya Tere Liye yang berjudul "Hujan" juga termasuk salah satu buku yang paling banyak diperbincangkan di BookTok Indonesia. Hal tersebut menunjukkan popularitas Tere Liye sebagai penulis yang cukup digandrungi oleh para pembaca yang juga pembuat konten di komunitas BookTok Indonesia. Kesimpulan kedua, buku yang paling banyak diperbincangkan oleh produser konten di komunitas BookTok Indonesia adalah "Laut Bercerita". Selain itu, terdapat juga dua judul yang cukup diperbincangkan, yaitu "Untuk Dia yang Terlambat Gue Temukan" dan "Hujan". Setelah melakukan penelusuran lebih lanjut, dari ketiga buku tersebut dapat disimpulkan bahwa para produser konten BookTok Indonesia cenderung menyukai novel yang bergenre fiksi dan berbahasa Indonesia.

Kesimpulan ketiga, tema komunitas dan identitas pembaca dan rekomendasi merupakan tema yang paling sering muncul. Tema komunitas dan identitas pembaca di #BookTokIndonesia menyoroti kesamaan antar pembaca, memupuk rasa kebersamaan dalam komunitas melalui interaksi seperti komentar, *like*, dan *stitch* video. Selain itu, format video pendek yang kreatif dan otentik menarik perhatian, membuat membaca terlihat menyenangkan dan inklusif, memotivasi penonton untuk membaca dan berbagi pengalaman. Selanjutnya untuk tema rekomendasi, komunitas #BookTokIndonesia menyediakan ulasan dan rekomendasi buku yang mudah diakses dan menarik, mempengaruhi keputusan membaca dan membantu perpustakaan memperkirakan minat bacaan pengunjung.

Kesimpulan keempat, mayoritas tema dari video yang diunggah oleh para produser konten dengan menggunakan #BookTokIndonesia memiliki hubungan yang sangat lemah dengan *like* dan *comment* yang diperoleh video tersebut. Bahkan, tema karakter dan tempat tidak memiliki hubungan dengan keduanya, sedangkan tema rekomendasi tidak memiliki hubungan dengan *comment*. Temuan ini memberi wawasan penting bagi pembuat konten dan pustakawan untuk mengeksplorasi metode alternatif dalam meningkatkan interaksi, seperti memperhatikan durasi video, gaya penyampaian, dan penggunaan elemen visual yang menarik.

Analisis lebih lanjut diperlukan untuk memahami faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi popularitas dan keterlibatan video #BookTokIndonesia guna menciptakan strategi konten yang lebih efektif.

Memanfaatkan analisis konten BookTok memungkinkan perpustakaan untuk memahami tren pembaca muda dan mengadaptasi layanan mereka secara lebih efektif. Dengan menyediakan buku-buku yang sesuai dengan minat terkini dan membangun ruang yang menarik, perpustakaan dapat meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pembaca muda. Penelitian tambahan akan membantu mengevaluasi keberhasilan strategi ini di kalangan anggota dan non-anggota BookTok, serta memberikan wawasan mengenai perbedaan preferensi membaca di berbagai negara melalui analisis konten tagar BookTok internasional. Ini akan memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang pola membaca global dan membantu perpustakaan menyesuaikan koleksi dan layanan mereka agar lebih relevan dan menarik bagi audiens muda di berbagai wilayah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bakar A. R., S. A., Izzudin, M., & Wadin, W. (2014). Faktor-faktor Penyebab Rendahnya Minat Baca Masyarakat di Taman Baca Masyarakat (Studi Kasus di Taman Baca Masyarakat Cinta Baca, Kelurahan Lempuing, Kecamatan Ratu Agung, Kota Bengkulu). *Doctoral dissertation*. Universitas Bengkulu.
- Carr, N. (2008). Is Google Making Us Stupid? *Yearbook of the National Society for the Study of Education*, 89-94.
- Devega, E. (2017, Oktober 10). *TEKNOLOGI Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos*. Retrieved from KOMINFO: [https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakatindonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan\\_media?TSPD\\_101\\_R0=088305a049ab200098f1da3404155b58ea2ee1045a62ae5c1a1ce66c46dc1bda5fb5d06aad9616bb08e4deacc11430002aa1ab11923c1ad18bce](https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakatindonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media?TSPD_101_R0=088305a049ab200098f1da3404155b58ea2ee1045a62ae5c1a1ce66c46dc1bda5fb5d06aad9616bb08e4deacc11430002aa1ab11923c1ad18bce)
- Fister, B. (2005). "Reading as a Contact Sport": Online Book Groups and the Social Dimensions of Reading. *Reference & User Services Quarterly*, 303-309.
- Flood, J., & Lapp, D. (1994). Issues and Trends: Teacher Book Clubs: Establishing Literature Discussion Groups for Teachers. *The Reading Teacher*, 574-576.
- Gee, J. P. (2004). *Situated language and learning: A critique of traditional schooling*. Routledge.
- Haryoto, R. P., Ramadhanti, I. P., Nadialhaq, I., Listyanti, N. R., & Pandin, M. G. (2022). *DIGITAL LITERATURE FROM THE PERSPECTIVE OF GENERATION Z*.
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 1277-1288.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima. (2016). Minat. Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- Li, Y., Guan, M., Hammond, P., & Berrey, L. E. (2021). Communicating COVID-19 information on TikTok: a content analysis of TikTok videos from official accounts featured in the COVID-19 information hub. *Health education research*, 261-271.

- Lu, X., & Lu, Z. (2019). Fifteen Seconds of Fame: A Qualitative Study of Douyin, A Short Video Sharing Mobile Application in China. *International Conference on human-computer interaction*, 233-244.
- Mansyur, U. (2018). Korelasi Minat Baca dengan Kemampuan Menulis Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Bahasa Indonesia UMI. *Multilingual: Jurnal Kebahasaan dan Kesastraan*, 11-22.
- Serrano, M., Carlos, J., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020). Dancing to the partisan beat: a first analysis of political communication on TikTok. *12th ACM Conference on web science*, (pp. 257-266).
- Merga, M. K. (2021). How can Booktok on TikTok inform readers' advisory services for young people? *Library & Information Science Research*.
- Miller, J. W., & McKenna, M. C. (2016). *World literacy: How countries rank and why it matters*. Routledge.
- Porath, S. L. (2018). A Powerful Influence: An Online Book Club for Educators. *Journal of Digital Learning in Teacher Education*, 115-128.
- Prastiyo. (2009). *Minat Baca dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Alfabeta.
- Roberts, S. M., & Pruitt, E. Z. (2008). *Schools as professional learning communities: Collaborative activities and strategies for professional development*. Corwin Press.
- Roose, K. (2018). TikTok, a Chinese video app, brings fun back to social media. *The New York Times*.
- Thomas, A. F. (2012). A Book Study: Improving Middle-School Teachers Literacy Instruction. In L. Martin, M. Boggs, S. Szabo, & T. G. Morrison, *The Joy of Teaching Literacy: The thirty-fourth yearbook* (pp. 57-69). Association of Literacy Educators and Researchers.
- Walpole, S., & Beauchat, K. A. (2008). *Facilitating Teacher Study Groups*. Literacy Coaching Clearinghouse.
- Wang, Y. (2020). Humor and camera view on mobile short-form video apps influence user experience and technology-adoption intent, an example of TikTok (DouYin). *Computers in Human Behavior*.
- Zappavigna, M. (2018). *Searchable Talk: Hashtags and Social Media Metadiscourse*. Bloomsbury Publishing.
- Kim, D., & Li, M. (2021). Digital storytelling: facilitating learning and identity development. *Journal of Computers in Education*, 33-61.
- Eriyanto. (2007). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Sugiyono. (2005). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge.
- Patiung, D. (2016). Membaca sebagai sumber pengembangan intelektual. *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 352-376.
- Rintaningrum, R. (2019). Explaining the important contribution of reading literacy to the country's generations: Indonesian's perspectives. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5(3), 936-953.
- Baker, L. (2003). The role of parents in motivating struggling readers. *Reading & Writing Quarterly*, 19(1), 87-106.
- Irianto, P. O., & Febrianti, L. Y. (2017). Pentingnya penguasaan literasi bagi generasi muda dalam menghadapi MEA. *Proceedings Education and Language International Conference (Vol. 1, No. 1)*.
- Oktariani, O., & Ekadiansyah, E. (2020). Peran literasi dalam pengembangan kemampuan berpikir kritis. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 1(1), 23-33.
- Liu, Z., Hu, R., & Bi, X. (2023). The effects of social media addiction on reading practice: a survey of undergraduate students in China. *Journal of Documentation*, 79(3), 670-682.
- Jerasa, S., & Boffone, T. (2021). BookTok 101: TikTok, digital literacies, and out-of-school reading practices. *Journal of adolescent & adult literacy*, 65(3), 219-226.
- Kamasiah, K. (2023). Analysis of Low Interest in Reading in Grade IV Elementary School Students. *Jurnal Wawasan Sarjana*, 2(2), 62-69.
- Ihsania, S., Wikanengsih, W., & Ismayani, M. (2020). Pengaruh Cerita Fiksi Terhadap Budaya Literasi Di Kalangan Mahasiswa. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1), 81-90.
- Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86-100.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2004). *Handbook of self-determination research*. University Rochester Press.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.