

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital telah menghadirkan transformasi besar dalam kehidupan sosial masyarakat, khususnya dalam hal komunikasi dan interaksi. Media sosial menjadi medium utama yang memungkinkan orang untuk berbagi informasi, membentuk jaringan sosial, sekaligus mengekspresikan diri secara luas. Platform berbasis web ini menyediakan berbagai fitur interaktif, mulai dari unggahan teks, gambar, hingga video, yang dapat diakses oleh siapa pun tanpa batas ruang dan waktu. Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan media sosial bukan hanya ruang hiburan, melainkan juga sarana penting dalam pendidikan, ekonomi, hingga aktivitas literasi (Manik Pratiwi, 2020).

Menurut laporan Hootsuite (Riyanto, 2024), terdapat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia dari total populasi 276,4 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, 167 juta orang aktif menggunakan media sosial. Data ini memperlihatkan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Dua platform yang paling dominan adalah Instagram dengan tingkat penggunaan 85,3% dan WhatsApp sebesar 90,9%. Instagram menjadi ruang populer untuk berbagi konten visual dengan fitur *stories*, *reels*, hingga *direct message*. Sementara WhatsApp hadir sebagai aplikasi percakapan instan yang memfasilitasi komunikasi cepat melalui obrolan pribadi maupun grup. Kedua media ini kini banyak dimanfaatkan komunitas untuk mengorganisasi kegiatan sekaligus menjangkau audiens lebih luas (Dahdal, 2020; Hasibuan et al., 2022).

Pemanfaatan media sosial di Indonesia tidak hanya terbatas pada komunikasi pribadi. BPS (2019) mencatat bahwa 54,2% anak berusia 7–17 tahun menggunakan internet untuk kebutuhan pembelajaran, sedangkan laporan Hootsuite (Riyanto, 2024) menunjukkan alasan utama penggunaan media sosial meliputi mengisi waktu luang 58,9%, berhubungan dengan keluarga 57,1%, mengetahui tren terkini 48,8%, serta mencari inspirasi 47,9%. Fakta ini menegaskan bahwa media sosial memiliki peran multiperan: dari sarana hiburan, interaksi sosial, hingga medium edukasi.

Namun, kondisi literasi Indonesia masih menunjukkan tantangan serius. UNESCO melaporkan bahwa hanya 0,001% masyarakat yang benar-benar aktif membaca setara dengan 1 dari 1.000 orang. Data BPS (2024) juga mengungkap bahwa hanya 44,56% pelajar rutin mengakses perpustakaan atau taman bacaan. Artinya, budaya membaca belum sepenuhnya melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Rendahnya kebiasaan membaca ini menjadi problem klasik yang membutuhkan pendekatan baru, terutama melalui ruang digital yang kini sangat dekat dengan kehidupan masyarakat.

Wilayah Kab/Kota	Nilai TGM
Kota Yogyakarta	78,07
Kabupaten Sleman	74,50
Kota Samarinda	74,44
Kota Makassar	74,14
Kota Surabaya	73,90
Kota Bandung	73,63
Kota Semarang	73,63
Kota Padang	72,34
Kota Jambi	72,23
Kota Jakarta Pusat	71,78

Gambar 1.1 Angka tingkat gemar membaca di Indonesia

(Sumber : Terkini.id Sulsel)

Menariknya, Kota Makassar justru memperlihatkan perkembangan positif dalam hal budaya membaca. Terkini.id (2023) melaporkan bahwa indeks kegemaran membaca di Makassar mencapai 74,14, melampaui angka kota besar lain seperti Bandung dan Surabaya. Fenomena ini membuka ruang kajian yang relevan, khususnya dalam melihat bagaimana literasi dapat tumbuh pada level lokal melalui dukungan komunitas. Gerakan *Book Party* pertama kali lahir di Jakarta dengan nama Jakarta *Book Party*, yang kemudian berkembang menjadi Indonesia Book Party (IBP) pada 22 Oktober 2023 di Taman Langsat, Jakarta Selatan. Gerakan ini membawa konsep berpiknik sambil membaca buku sebagai cara sederhana namun inklusif untuk merayakan literasi di ruang publik. Istilah party dipilih untuk menggambarkan bahwa membaca bukanlah kegiatan yang kaku, melainkan sebuah perayaan bersama yang penuh kebersamaan (Indonesia Book Party, 2023).

Seiring dengan antusiasme masyarakat, gerakan ini meluas ke berbagai kota, termasuk Makassar. Makassar Book Party (MBP) lahir pada akhir 2023 sebagai salah satu cabang IBP. Pencetus utama MBP adalah Andika, seorang dosen Universitas Hasanuddin, yang resah karena membaca di ruang publik sering dianggap “sok keren”. Ia kemudian menginisiasi pertemuan pertama MBP di Taman Universitas Hasanuddin pada 31 Desember 2023 yang dihadiri sekitar 50 peserta. Pertemuan kedua berlangsung di Menara Phinisi Universitas Negeri Makassar (UNM) dengan kehadiran sekitar 150 peserta (Makaraeng, 2024).

Sejak saat itu, MBP rutin mengadakan kegiatan membaca bersama, diskusi buku, panggung puisi, hingga peluncuran karya sastra. Format kegiatannya selalu terbuka siapa pun boleh hadir, membawa buku sendiri dengan genre bebas, lalu membaca atau berbagi pengalaman. Media sosial, khususnya Instagram dan Whatsapp, digunakan sebagai kanal publikasi dan koordinasi antaranggota. Dengan cara ini, MBP mampu memperluas jangkauan sekaligus menarik generasi muda untuk menjadikan membaca sebagai bagian dari gaya hidup (CXO Media, 2024).

Dalam perspektif sosiologi, media sosial tidak sekadar alat komunikasi, melainkan ruang produksi makna sosial. Teori konstruksi sosial Berger & Luckmann (1966) menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui tiga tahap: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pada konteks MBP, konten literasi yang dibagikan melalui Instagram dan WhatsApp menjadi bentuk eksternalisasi. Ketika konten tersebut diterima banyak anggota sebagai kebiasaan bersama, terjadilah objektivasi. Pada akhirnya, saat membaca mulai dihayati sebagai rutinitas pribadi, proses internalisasi berlangsung. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai medium untuk menanamkan nilai literasi sekaligus membentuk identitas pembaca muda.

Selain aktivitas digital yang rutin dilakukan, interaksi anggota MBP di Instagram dan WhatsApp dapat dipahami sebagai proses konstruksi sosial. Setiap tindakan, seperti membagikan kutipan buku, mengikuti diskusi daring, atau memberikan tanggapan terhadap unggahan, tidak hanya sekadar komunikasi, tetapi juga menegaskan identitas sosial anggota sebagai pembaca aktif dan bagian dari komunitas literasi digital. Variasi tingkat keterlibatan anggota ada yang sangat aktif, ada yang pasif menunjukkan adanya negosiasi makna dan perbedaan pengalaman sosial dalam praktik literasi digital komunitas ini.

Meskipun interaksi digital anggota tergolong tinggi, belum jelas sejauh mana hal tersebut berdampak pada minat baca secara nyata dan bagaimana praktik daring ini membentuk perilaku membaca serta internalisasi nilai literasi. Selain faktor internal komunitas, tren literasi digital nasional, budaya media sosial, dan akses anggota terhadap platform daring turut memengaruhi praktik ini. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana media sosial membentuk nilai, norma, dan identitas sosial literasi di kalangan generasi muda. Dengan kata lain, penelitian ini berupaya menjawab gap penelitian terkait hubungan antara interaksi digital, pembentukan identitas sosial, dan internalisasi nilai membaca di komunitas literasi seperti MBP.

1.2 Deskripsi Konsep, Teori dan Hasil Penelitian Terdahulu

1.2.1 Media Sosial

Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam mendorong partisipasi publik karena memungkinkan untuk komunikasi dua arah, penyebaran informasi yang cepat, dan keterlibatan yang lebih luas antara individu dalam komunitas. Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Menurut Nasrullah (2015), media sosial memiliki tiga ciri utama yaitu:

1. Interaktivitas: Kemampuan pengguna untuk berkomunikasi dua arah.
2. Partisipasi: Mendorong pengguna untuk berkontribusi dengan mengunggah, berkomentar, atau berbagi konten.
3. Keberagaman Konten: Media sosial menyediakan berbagai format konten seperti teks, gambar, dan video yang dapat diakses oleh berbagai kalangan.

Media sosial dalam penelitian ini merujuk pada platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi dan membangun jaringan. Fitur-fitur seperti unggahan, komentar, dan *snap stories* dianggap sebagai alat utama untuk membangun komunikasi serta menyebarkan informasi terkait kegiatan komunitas. Fokus penelitian menempatkan Instagram dan Whatsapp sebagai dua platform utama yang digunakan Komunitas Makassar Book Party (MBP):

1. Instagram dipandang sebagai sarana dominan karena efektif menjangkau publik luas melalui konten visual. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna membentuk identitas digital dengan memanfaatkan fitur *feed*, *stories*, *reels*, hingga *live streaming* (Sheldon & Bryant, 2016). Platform ini berperan dalam membentuk opini publik serta meningkatkan keterlibatan komunitas berkat tampilannya yang visual dan interaktif (Alhabash & Ma, 2007). MBP menggunakan Instagram untuk:
 - Menyampaikan informasi kegiatan literasi
 - Membagikan dokumentasi berupa foto dan video
 - Membentuk citra komunitas literasi yang terbuka bagi anak muda
 - Menyebarkan kutipan, testimoni, dan promosi buku sebagai motivasi membaca.

2. WhatsApp berbeda dengan Instagram, lebih berfungsi sebagai sarana komunikasi internal. Whatsapp adalah aplikasi pesan instan yang memfasilitasi percakapan cepat, baik secara individu maupun kelompok, dengan dukungan berbagi teks, dokumen, foto, hingga voice note (Church & de Oliveira, 2013). Dalam konteks MBP, WhatsApp dimanfaatkan untuk:
- Koordinasi teknis pelaksanaan kegiatan,
 - Penyebaran informasi internal secara cepat,
 - Diskusi informal antaranggota,
 - Menumbuhkan kedekatan emosional dan rasa kebersamaan.

Kedua platform tersebut saling melengkapi. Instagram berperan sebagai platform utama dalam membangun citra komunitas literasi dan menjangkau audiens yang lebih luas, sedangkan Whatsapp memperkuat kohesi internal serta menjaga keberlangsungan komunikasi di antara anggota. Interaksi digital dalam penelitian ini dipahami sebagai bentuk keterlibatan anggota komunitas dengan konten literasi yang ditampilkan di media sosial. Bentuk keterlibatan tersebut meliputi paparan atau eksposur terhadap unggahan, keterlibatan langsung seperti memberi tanda suka, komentar, hingga membagikan konten, partisipasi dalam diskusi atau koordinasi kegiatan melalui whatsapp, serta pemanfaatan informasi literasi yang tersedia. Dengan kata lain, interaksi digital dipandang sebagai praktik sosial yang tidak hanya terbatas pada komunikasi, tetapi juga mempengaruhi cara individu memahami, merespon, dan berpartisipasi dalam aktivitas literasi.

1.2.3 Minat Baca

Minat baca merupakan kecenderungan dan keinginan individu untuk melakukan aktivitas membaca secara sadar, berkelanjutan, dan dengan rasa antusias. Minat ini tidak hanya ditunjukkan melalui seberapa sering seseorang membaca, tetapi juga dari sikap positif terhadap bacaan, keingintahuan terhadap isi yang dibaca, serta keterlibatan aktif dalam aktivitas yang berkaitan dengan literasi (Slameto, 2010; Tarigan, 2008). Dengan kata lain, minat baca mencerminkan hubungan emosional dan kognitif individu terhadap kegiatan membaca.dengan literasi.

Beberapa faktor diketahui memengaruhi tinggi rendahnya minat baca seseorang. Menurut Nurhadi (2005), lingkungan keluarga menjadi faktor pertama yang berperan penting, terutama dalam menumbuhkan kebiasaan membaca sejak usia dini. Selain itu,

ketersediaan bahan bacaan yang menarik dan mudah dijangkau turut memengaruhi kecenderungan membaca. Kemudian, media sosial dan teknologi digital juga memberi dampak, baik sebagai pemicu maupun pengalih perhatian, tergantung pada bagaimana platform tersebut dimanfaatkan. Dukungan dari sekolah, guru, maupun komunitas literasi turut membentuk iklim membaca yang sehat. Dalam konteks kekinian, media sosial seperti Instagram memiliki potensi besar dalam memperkuat minat baca, terutama karena sifatnya yang interaktif dan visual, yang memungkinkan informasi literasi disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah diterima (Alhabash & Ma, 2007).

Minat baca tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses berkelanjutan yang melibatkan pengalaman, lingkungan, dan penguatan sosial. Santrock (2012) menjelaskan bahwa minat muncul ketika seseorang secara berulang mengalami ketertarikan terhadap suatu kegiatan, lalu merasa nyaman dan ingin terus melakukannya. Dalam hal ini, pembentukan minat baca dapat dipengaruhi oleh:

- Pengalaman membaca yang menyenangkan,
- Ketersediaan waktu dan ruang untuk membaca,
- Lingkungan sosial yang mendukung (seperti komunitas diskusi buku),
- Serta simbol-simbol nilai literasi yang diperkuat melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial.

Dalam konteks penelitian ini, minat baca tidak dimaknai secara sempit sebagai berapa banyak buku yang dibaca atau berapa lama waktu yang dihabiskan untuk membaca, melainkan dilihat sebagai proses sosial yang terbentuk melalui respon anggota terhadap konten literasi digital. Minat baca di sini dipahami melalui tiga dimensi utama yaitu kognitif adalah kemampuan memahami dan menafsirkan pesan literasi, afektif yaitu sikap dan perasaan positif yang muncul ketika terpapar konten, serta konatif yaitu kecenderungan untuk bertindak nyata seperti berinteraksi, membagikan informasi, hingga mencari bacaan baru setelah terinspirasi dari komunitas.

1.2.4 Komunitas Makassar Book Party

Komunitas adalah kelompok sosial yang memiliki kepentingan yang sama, nilai dan tujuan bersama baik dalam bentuk fisik maupun virtual (Wellman & Gulia, 1999). Dalam konteks digital komunitas biasanya lebih sering memanfaatkan media sosial untuk dapat meningkatkan partisipasi publik. Komunitas dapat berkembang melalui interaksi yang dilakukan di media sosial dan ditindaklanjuti dengan kegiatan offline.

Komunitas makassar *book party* adalah komunitas literasi yang berfokus pada peningkatan minat baca untuk masyarakat kota makassar. Makassar *book party* seringkali mengadakan diskusi buku, bazar literasi, workshop menulis dan talkshow dengan penulis. Komunitas ini memanfaatkan media sosial untuk membangun identitas kolektif dan meningkatkan jangkauan partisipasi publik.

Menurut Farrasda (2024), komunitas ini terbentuk sejak Desember 2023 dan hingga kini rutin mengadakan diskusi yang telah diikuti oleh ratusan orang. Inisiator komunitas ini ialah seorang dosen geofisika unhas, ia menginginkan orang-orang di sekitarnya meluangkan waktu untuk membaca buku. MBP atau dikenal dengan Makassar book party biasanya dilaksanakan di nipah mall serta taman-taman kampus. Diawal kegiatan, biasanya peserta akan diberikan 1-2 jam untuk membaca bukunya, setelah itu dibagi beberapa kelompok untuk mendiskusikan terkait buku yang dibaca. Ini sangat menarik untuk meningkatkan motivasi kita dalam hal literasi, agar membuat kita menjadi lebih rajin membaca. Komunitas ini terbuka umum tidak memandang usia ataupun genre buku yang sedang dibaca.

Kegiatan- kegiatan MBP bukan hanya seputar diskusi buku tetapi mereka juga mengadakan peluncuran buku yang melibatkan penulisnya, kegiatan sosial seperti mengumpulkan buku untuk di donasikan ke sekolah-sekolah atau perpustakaan umum. Kegiatan sosial ini bertujuan untuk memperluas akses terhadap buku dan meningkatkan kesadaran literasi di masyarakat luas serta MBP juga mengadakan panggung puisi. Pada acara ini, peserta diberi kesempatan untuk membacakan karya puisi mereka di depan audiens.

Kegiatan seperti ini sering dilakukan untuk memberikan ruang bagi para anggota komunitas untuk mengekspresikan diri melalui kata-kata, serta berbagi karya seni sastra dengan anggota lainnya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan apresiasi terhadap puisi dan sastra, memperkenalkan karya-karya lokal, serta memberi peluang bagi anggota untuk berbagi karya mereka dengan komunitas.

1.2.5 Teori Konstruksi Sosial

Teori konstruksi sosial pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1996). Berger dan Luckmann menyatakan bahwa institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui Tindakan dan interaksi manusia serta setiap realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Mereka menyebutkan proses terciptanya konstruksi realitas sosial melalui tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Proses ini terjadi sebagai akibat adanya dialektika antara individu yang menciptakan masyarakat dan masyarakat yang menciptakan individu. Eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi adalah dialektika yang berjalan secara simultan, artinya ada proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada di luar (objektivasi) dan kemudian terdapat proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan berada dalam diri atau kenyataan subjektif. Pemahaman akan realitas yang dianggap objektif pun terbentuk melalui proses eksternalisasi dan objektivasi, individu dibentuk sebagai produk sosial. Sehingga dapat dikatakan, setiap individu memiliki pengetahuan dan identitas sosial sesuai dengan peran institusional yang terbentuk atau yang diperankannya.

Menurut Berger dan Luckmann, proses pembentukan realitas sosial terjadi melalui tiga tahapan utama, yaitu:

1. Eksternalisasi

Pada tahap ini, individu mengekspresikan diri dalam aktivitas sosial. Segala tindakan, ucapan, dan perilaku merupakan bentuk pencurahan diri ke dalam dunia sosial. Dalam konteks penelitian ini, aktivitas anggota komunitas MBP seperti memberi *like*, komentar, berbagi ulang konten, maupun membuka pesan di Whatsapp adalah wujud eksternalisasi, yaitu bagaimana anggota memperlihatkan ekspresi dirinya melalui interaksi digital.

2. Objektivasi

Objektivasi adalah proses ketika tindakan yang awalnya dilakukan individu secara personal, kemudian diulang-ulang dan diikuti banyak orang, sehingga berubah menjadi kebiasaan bersama. Pada tahap ini, perilaku yang sebelumnya hanya ekspresi pribadi berkembang menjadi sesuatu yang dianggap normal dalam komunitas. Misalnya, ketika sebagian besar anggota MBP terbiasa aktif memberikan *like*, membagikan ulang konten, atau berdiskusi di grup Whatsapp, maka aktivitas tersebut dipandang wajar dan menjadi bagian dari pola interaksi yang umum dalam komunitas.

3. Internalisasi

Internalisasi adalah tahap ketika realitas sosial yang sebelumnya telah dianggap wajar oleh komunitas, kemudian

benar-benar dihayati dan diterima oleh individu sebagai bagian dari dirinya. Nilai atau kebiasaan yang awalnya hanya berkembang di lingkungan sosial akhirnya masuk ke dalam kesadaran pribadi dan membentuk identitas. Dalam penelitian ini, internalisasi terlihat ketika anggota MBP mulai menjadikan membaca sebagai rutinitas harian dan bahkan memandangnya sebagai gaya hidup modern. Artinya, membaca tidak lagi dipersepsikan sekadar kewajiban akademis, melainkan sudah menjadi bagian dari cara pandang dan identitas diri anggota.

Ketiga tahapan dalam teori konstruksi sosial menunjukkan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses yang berkesinambungan. Tahap eksternalisasi dimulai dari ekspresi individu dalam aktivitas sosial, kemudian masuk pada tahap objektivasi ketika ekspresi tersebut diulang dan dianggap wajar oleh banyak orang sehingga menjadi kebiasaan bersama. Selanjutnya, tahap internalisasi terjadi saat kebiasaan tersebut benar-benar dihayati dan diterima sebagai bagian dari kesadaran pribadi, sehingga membentuk identitas diri.

Dalam penelitian ini, interaksi digital anggota MBP dapat dipahami sebagai bentuk eksternalisasi yang kemudian berkembang menjadi kebiasaan umum (objektivasi). Sementara itu, meningkatnya minat baca anggota mencerminkan proses internalisasi, yaitu ketika membaca tidak hanya dipandang sebagai aktivitas akademis, melainkan sudah menjadi bagian dari gaya hidup dan identitas anggota komunitas.

1.2.6 Sosiologi Digital

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan ruang sosial baru yang tidak hanya mengubah cara orang berkomunikasi, tetapi juga cara masyarakat membentuk identitas, membangun hubungan, dan membagikan nilai-nilai sosial. Dalam konteks ini, lahirlah pendekatan baru dalam ilmu sosiologi yang dikenal sebagai sosiologi digital. Pendekatan ini melihat bahwa kehidupan sosial sekarang tidak bisa dilepaskan dari teknologi digital, terutama media sosial yang sangat berpengaruh dalam aktivitas sehari-hari. Menurut Castells (1996), kita saat ini hidup dalam masyarakat jaringan atau *network society*, yaitu masyarakat yang sebagian besar interaksinya terjadi lewat jaringan informasi dan komunikasi digital. Artinya, hubungan sosial tidak lagi bergantung pada tatap muka, tetapi juga bisa berlangsung secara virtual melalui platform digital seperti media sosial. Konsep ini menjadi dasar dari bagaimana sosiologi digital bekerja mempelajari bagaimana masyarakat membentuk struktur sosial baru di ruang digital.

Hal senada juga dijelaskan oleh Romi Mesra dkk. (2025) dalam Buku Ajar Sosiologi Digital, yang menyebut bahwa media sosial sekarang tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar informasi, tetapi juga sudah menjadi ruang sosial yang aktif, tempat orang-orang membangun identitas, memproduksi simbol, dan memperkuat keterhubungan sosial. Mereka menulis bahwa “media digital bukan hanya alat penyampai pesan, tetapi juga menjadi ruang sosial tempat identitas, nilai, dan praktik sosial baru terbentuk” (Mesra et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa segala aktivitas di media sosial, termasuk mempromosikan literasi, merupakan bagian dari proses sosial yang bermakna.

Menurut Fuchs (2014) menyampaikan bahwa media sosial juga bisa dipahami sebagai arena produksi sosial, di mana orang tidak hanya jadi konsumen, tetapi juga produsen konten, ide, dan makna. Dalam hal ini, media sosial menjadi alat untuk membentuk opini publik, termasuk soal budaya membaca. Fuchs menyebut bahwa “media sosial adalah ruang interaktif tempat kerja, budaya, dan kehidupan sosial terjalin dalam satu sistem berbasis digital” (Fuchs, 2014). Dalam buku *Digital Sociology*, Deborah Lupton (2015) juga menambahkan bahwa dunia digital tidak bisa dipisahkan dari realitas sosial masyarakat sekarang. Menurutnya identitas, komunitas, dan makna sosial kini banyak dibentuk dan dinegosiasikan di ruang online, dan bukan hanya di kehidupan nyata. Ia menulis bahwa “dunia digital adalah ruang sosial yang hidup, tempat orang membentuk identitas dan komunitas dalam cara yang tidak mungkin dilakukan secara offline” (Lupton, 2015).

Dalam konteks penelitian ini, perspektif sosiologi digital digunakan untuk memahami bagaimana anggota *Makassar Book Party (MBP)* membangun makna sosial tentang literasi melalui interaksi digital di Instagram dan Whatsapp. Aktivitas seperti membagikan kutipan buku, mengunggah dokumentasi kegiatan membaca bersama, memberikan komentar, atau berdiskusi melalui grup Whatsapp bukan hanya bentuk komunikasi teknis, tetapi juga merupakan praktik sosial yang sarat makna. Melalui tindakan tersebut, anggota komunitas tidak hanya berpartisipasi dalam menyebarkan informasi, tetapi juga sedang membentuk cara pandang baru terhadap membaca dari yang semula dianggap aktivitas individual dan akademis menjadi bagian dari gaya hidup kolektif yang menyenangkan.

Melalui ruang digital, anggota MBP memaknai membaca sebagai aktivitas sosial yang memiliki nilai simbolik, seperti citra diri sebagai pembaca aktif, anggota komunitas yang modern, dan bagian dari gerakan literasi anak muda. Proses ini menunjukkan bagaimana interaksi digital berperan dalam membentuk perilaku dan pemaknaan sosial baru di kalangan generasi muda Makassar. Penggunaan fitur *like*, *comment*, dan *share* misalnya, bukan hanya indikator keterlibatan teknis, melainkan ekspresi simbolik yang menegaskan dukungan terhadap nilai literasi dan solidaritas komunitas. Dengan demikian, sosiologi digital membantu memahami bagaimana perilaku interaksi digital di komunitas MBP tidak dapat dipisahkan dari proses sosial yang lebih luas. Media sosial dalam hal ini menjadi ruang tempat berlangsungnya konstruksi sosial atas budaya membaca, di mana anggota komunitas memproduksi, menegosiasikan, dan menginternalisasi nilai-nilai literasi. Dengan demikian, perilaku digital anggota MBP tidak dapat dipahami hanya sebagai aktivitas online semata, tetapi merupakan bentuk praktik sosial yang memiliki makna simbolik. Melalui tindakan seperti memberi *like*, mengomentari unggahan literasi, atau membagikan konten buku, anggota sebenarnya sedang menegaskan identitas sosialnya sebagai bagian dari komunitas pembaca. Interaksi digital ini mencerminkan proses dialektis antara teknologi dan masyarakat, di mana ruang digital menjadi arena konstruksi makna baru tentang membaca sebagai bentuk aktualisasi diri dan keterlibatan sosial di era modern.

1.2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Siska Febrianti, Nining Sudiar, Rosman H (2021)	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Baca Masyarakat (Studi Kasus Pada Akun @KomunitasPembacaBuku)	Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis studi kasus	Akun Instagram komunitas pembaca buku (@komunitaspembacabuku) secara signifikan memengaruhi minat baca pengikutnya. Makin aktif interaksi dengan akun tersebut dalam hal melihat, menyukai, atau membagikan konten semakin tinggi minat baca yang dilaporkan. Namun, penelitian ini juga mengungkap bahwa ada banyak faktor lain di luar Instagram yang turut memengaruhi minat baca responden.

2.	Eneng Komariah Maimun RNM dan Tibia Nalurita Rachmani (2022)	Pengaruh Fiksi Penggemar: Alternative Universe (AU) dalam meningkatkan minat baca remaja Indonesia (Studi kasus pembaca Alternative Universe pada fandom treasure makers)	Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.	Cerita fiksi penggemar model AU terbukti efektif dalam meningkatkan minat baca remaja, terutama dalam komunitas fandom seperti <i>Treasure Makers</i> . Cerita yang disajikan biasanya mudah dipahami, alurnya padat, dan kaya imajinasi semua faktor yang membantu menarik perhatian dan menjaga keterlibatan pembaca muda
----	--	---	---	---

3.	Rika Veronika, Sisca Aulia (2022)	Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu terhadap Minat Baca Generasi Milenial	Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif.	Penelitian ini menunjukkan bahwa konten Instagram yang dirancang dengan strategi visual dan pesan edukatif yang kuat dapat meningkatkan minat baca generasi milenial secara signifikan. Akun @akutahu menjadi contoh bagaimana platform digital mampu berperan sebagai medium literasi efektif ketika kontennya dirancang menarik dan bermakna.
----	-----------------------------------	--	---	---

Persamaan dari seluruh penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama menempatkan media digital sebagai sarana yang berperan dalam memperkuat aktivitas literasi. Semua penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial, baik berupa platform berbagi konten maupun aplikasi percakapan, memiliki kontribusi dalam membangun motivasi, kebiasaan, maupun keterlibatan anggota dalam kegiatan membaca. Dengan demikian, dapat ditarik kesamaan bahwa media sosial berfungsi bukan sekadar sebagai media hiburan, melainkan juga ruang baru untuk membangun budaya literasi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian tersebut terletak pada pendekatannya. Penelitian terdahulu umumnya bersifat korelasional atau eksperimental, yang berfokus pada pengaruh atau hubungan media sosial terhadap minat maupun motivasi membaca. Sementara itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan utama memberikan gambaran mengenai bentuk interaksi digital yang dilakukan anggota komunitas MBP melalui Instagram dan Whatsapp, serta kecenderungan minat baca yang terbentuk. Dengan demikian, penelitian ini melengkapi kajian terdahulu dengan menyajikan deskripsi yang lebih kontekstual mengenai praktik literasi digital berbasis komunitas.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran intensitas interaksi digital anggota komunitas Makassar Book Party di Instagram dan Whatsapp?
2. Bagaimana tingkat minat baca anggota komunitas Makassar Book Party?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui gambaran intensitas interaksi digital anggota komunitas Makassar Book Party di Instagram dan Whatsapp.
2. Untuk mengetahui tingkat minat baca anggota komunitas Makassar Book Party.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan berkontribusi penting bagi berbagai pihak yaitu sebagai berikut:

a. Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi mahasiswa sebagai acuan dan referensi dalam penelitian sejenis berikutnya.

b. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang interaksi di media sosial instagram dan whatsapp serta kaitannya dengan minat baca anggota komunitas Makassar *Book Party* di kalangan mahasiswa.

c. Komunitas

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam merancang program literasi berbasis digital.

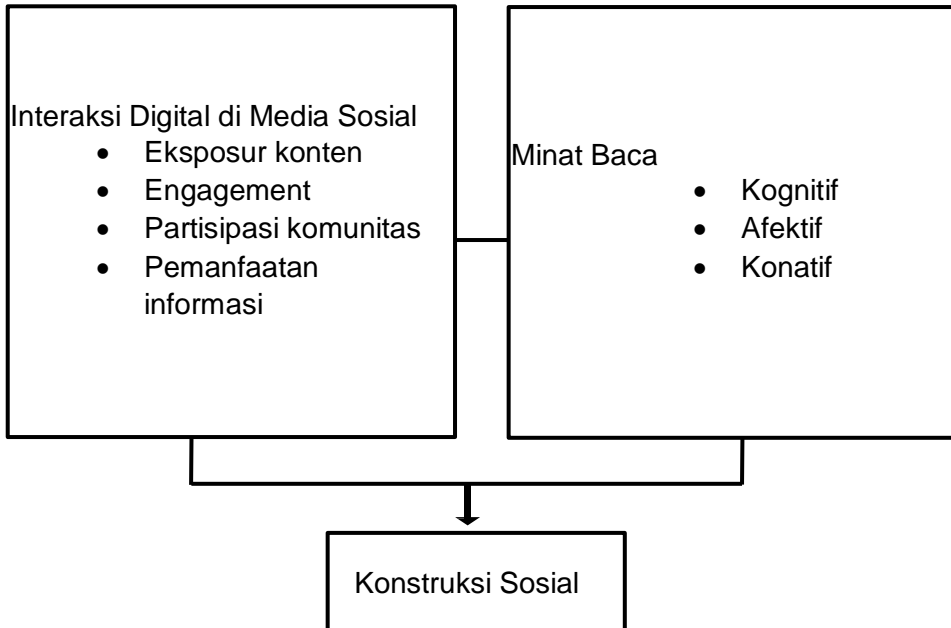
2. Manfaat Teoritis

a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang sosiologi digital dan kajian literasi.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan dan bahan referensi bagi penelitian- penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan interaksi digital di instagram dan whatsapp serta kaitannya dengan minat baca komunitas Makassar *Book Party* di kalangan mahasiswa.

1.6 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini dimaksudkan sebagai acuan agar penelitian yang dilakukan menjadi terarah, terstruktur dan sistematis serta menjadi batasan ruang lingkup penelitian yang dilakukan.



Gambar 1.2 Kerangka Konsep

Interaksi digital di media sosial dalam dipahami melalui empat dimensi utama, yaitu eksposur konten, yang menggambarkan sejauh mana anggota terpapar pada unggahan komunitas, *engagement* yang terlihat dari keterlibatan seperti memberi tanda suka, komentar, atau membagikan konten, partisipasi komunitas yang mencerminkan keterlibatan dalam diskusi dan koordinasi melalui grup whatsapp serta pemanfaatan informasi, yang menunjukkan bagaimana anggota memperoleh manfaat dari konten literasi yang dibagikan.

Sementara itu, minat baca dipahami tidak hanya dari ukuran tradisional seperti jumlah atau lama membaca, melainkan dari respon sosial anggota terhadap konten literasi digital. Minat baca dalam penelitian ini dilihat melalui tiga dimensi yaitu kognitif yang menunjukkan pemahaman terhadap pesan literasi, afektif yang tampak dari sikap positif atau perasaan senang dan termotivasi serta konatif yang mencerminkan kecenderungan untuk melakukan tindakan, misalnya memberi *like*, berkomentar, membagikan konten, atau mencari bacaan baru. Kedua aspek tersebut dianalisis menggunakan teori konstruksi sosial Berger & Luckman. Teori ini dipakai untuk memahami bagaimana interaksi anggota komunitas di ruang digital membentuk makna bersama tentang literasi.

1.7 Definisi Operasional

Definisi operasional berfungsi untuk mengukur variabel dalam penelitian ini sehingga dapat dianalisis secara kuantitatif. Definisi operasional adalah komponen penting dalam penelitian yang berfungsi untuk memberikan batasan terhadap ruang lingkup variabel yang diteliti agar tidak terjadi kesalahan dalam penentuan strategi pengumpulan data (Sugiarto et al., 2015). Untuk mempermudah analisis dalam penelitian, maka disajikan definisi operasional yaitu sebagai berikut.

1. Interaksi Digital di Media Sosial Instagram dan Whatsapp

Interaksi digital dipahami sebagai keterlibatan anggota komunitas Makassar Book Party (MBP) melalui media sosial (Instagram dan Whatsapp) dalam merespons, berpartisipasi, dan memanfaatkan konten literasi yang dibagikan komunitas. Eksposur konten sejauh mana anggota terpapar unggahan komunitas (*feed, story, reels*). *Engagement* yaitu keterlibatan dalam bentuk memberi tanda suka, komentar, atau membagikan konten. Partisipasi komunitas keterlibatan dalam diskusi dan percakapan di grup Whatsapp atau *direct message*. Pemanfaatan informasi yaitu penggunaan informasi literasi yang diperoleh dari konten komunitas.

2. Minat Baca Anggota Komunitas MBP

Minat baca dipahami sebagai respon sosial terhadap konten literasi digital yang tercermin dalam pemahaman, sikap, dan perilaku anggota komunitas yaitu kognitif yang dimaksud kemampuan memahami pesan literasi dari *caption*, kutipan, atau ulasan buku. Afektif yaitu sikap positif dan perasaan senang, termotivasi, atau terinspirasi setelah terpapar konten literasi serta konatif yaitu kecenderungan untuk melakukan tindakan nyata, seperti memberi *like*, berkomentar, membagikan konten, atau mencari bacaan baru.

1.8 Matriks Pengembangan Indikator

Matriks pengembangan indikator adalah alat yang berfungsi untuk menguraikan dan mengukur indikator-indikator yang menunjukkan Interaksi Digital di Instagram dan Whatsapp (sebagai variable independent) dan Minat Baca (sebagai variable dependen)

Tabel 1.2 Matriks Pengembangan Indikator

Variabel	Indikator	Parameter Ukur
Interaksi Digital di Instagram dan Whatsapp	<ul style="list-style-type: none"> • Eksposur konten • Engagement • Partisipasi komunitas • Pemanfaatn informasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Intensitas keterpaparan terhadap konten • Tingkat keterlibatan aktif pada unggahan MBP • Keterlibatan dalam komunikasi dan diskusi di ruang digital komunitas • Tingkat kebermanfaatan informasi literasi yang diperoleh dari konten MBP
Minat Baca	<ul style="list-style-type: none"> • Kognitif • Afektif • Konatif 	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat pemahaman anggota terhadap pesan literasi yang disampaikan •Sikap positif atau emosi yang muncul setelah melihat konten •Kecenderungan melakukan tindakan setelah terpapar konten

BAB II Metode Penelitian

2.1 Pendekatan, Tipe, dan Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka atau kata-kata yang diubah menjadi data numerik. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mengungkap informasi ilmiah yang terkandung di dalamnya. Metode penelitian kuantitatif memiliki empat variasi utama, yaitu survei, eksperimen, analisis isi (content analysis), dan analisis data sekunder (secondary data analysis) (Martono, 2019).

Strategi dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan model survei, di mana kuesioner atau angket digunakan sebagai sumber data utama. Dalam penelitian survei, responden diminta memberikan jawaban singkat sesuai dengan pertanyaan yang telah disusun di dalam kuesioner atau angket. Jawaban dari seluruh responden kemudian diolah menggunakan teknik tertentu. Menurut Creswell (2019), penelitian survei merupakan upaya untuk memberikan deskripsi kuantitatif atau numerik mengenai kecenderungan, sikap, atau opini suatu populasi tertentu dengan meneliti sampel dari populasi tersebut.

Penggunaan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai intensitas interaksi digital melalui Instagram dan WhatsApp serta kaitannya dengan minat baca anggota komunitas Makassar Book Party di Makassar.

2.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Lokasi penelitian ini berfokus pada komunitas Makassar book party yang berpusat di Makassar, Sulawesi Selatan, yang memudahkan peneliti dalam melakukan observasi langsung serta wawancara dengan anggota komunitas.

Tabel 2.1 Timeline Kegiatan Penelitian

No.	Nama Kegiatan	2025						
		M	A	M	J	J	A	S
1	Penyusunan Proposal							
2	Bimbingan Proposal Penelitian							
3	Seminar Proposal Penelitian							
4	Pengurusan Surat Izin							

5	Pengumpulan Data							
6	Pengolahan & Analisis Data							
7	Pembuatan Laporan Hasil							
8	Bimbingan Laporan Hasil							
9	Seminar Hasil Penelitian							

2. Penelitian ini dilaksanakan dalam beberapa tahap. Pengajuan seminar proposal (sempro) dilakukan pada bulan April 2025, sedangkan pengumpulan data melalui survei lapangan dilaksanakan pada bulan Juni 2025. Waktu penelitian berkaitan dengan jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan selama penelitian.

2.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2013), populasi adalah keseluruhan wilayah penelitian yang didalamnya terdiri dari subjek atau objek penelitian yang memiliki ciri tertentu. Selain itu, populasi juga sering didefinisikan sebagai keseluruhan unit atau individu-individu yang berada dalam ruang lingkup penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota grup whatsapp komunitas Makassar book party yang berjumlah 958 anggota. Populasi ini mencakup individu yang tergabung dalam komunitas melalui platform media sosial seperti Instagram, whatsapp serta mereka yang berpartisipasi dalam kegiatan komunitas.



Gambar 2.1 Info Jumlah Anggota Grup WhatsApp Makassar Book Party (Sumber : Nona Sesi Lutfia) Jumlah ini dilihat pada bulan Januari 2025.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. (Martono, 2019) mendefinisikan sampel sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini dengan *non probability sampling*. Pemilihan responden digunakan dengan teknik *purposive*. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Adapun rumus slovin yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

di mana :

- n = ukuran sampel yang ditentukan
- N = Jumlah Populasi
- e = *margin of error*

$$\begin{aligned} n &= \frac{958}{1 + 958(0,1)^2} \\ &= \frac{958}{1 + 958(0,01)} \\ &= \frac{958}{1 + 9,58} \\ &= \frac{958}{10,58} \end{aligned}$$

$$n = 90.54 \approx 91$$

Jadi ukuran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian 2025 sekitar 91 responden.

Adapun cara mendapatkan sampelnya dengan bertemu dan mengirim kuesioner melalui link google form di nomor telepon whatsapp responden yang sesuai kriteria. Kriteria yang dimaksud sebagai berikut.

1. Bergabung di grup whatsapp komunitas MBP.
2. Aktif 6 bulan terakhir (akses konten, ikut kegiatan atau diskusi di grup)
3. Berdomisili di Makassar
4. Bersedia menjadi responden

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mengamati kegiatan komunitas Makassar *book party*.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan atau pertanyaan tertulis yang ditanyakan langsung kepada responden agar dijawab. Kuesioner memuat berbagai jenis pertanyaan yang berkorelasi dengan permasalahan penelitian.

2.5 Sumber Data

Dua bentuk data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: data tersebut mendukung kebutuhan analisis dan memberikan jawaban atas masalah penelitian.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa pendapat subjek penelitian (orang) baik secara individu atau kelompok ataupun hasil observasi yang dilakukan.

2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengumpulkan data-data atau dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data atau dokumen tersebut dapat berupa hasil penelitian, foto-foto atau gambar, dan sebagainya. Data tersebut dapat menjadi sumber data pokok, dapat pula hanya menjadi data penunjang dalam mengeksplorasi masalah penelitian.

2.6 Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data dengan mudah dipahami dan dimanfaatkan untuk menjawab rumusan masalah. Teknik pengolahan data pada penelitian ini menggunakan bantuan program *statistical product and service solution* (SPSS) 28. Adapun prosesnya mencakup data *coding*, data *entering*, data *cleaning*, data *output*, dan data *analyzing* (Martono, 2019).

1. *Editing Data*

Editing data adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai mengumpulkan data di lapangan. Hal ini menjadi penting karena seringkali data yang terkumpul kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, diantaranya ada pertanyaan yang kurang atau terlewatkan, berlebihan atau terlupakan. Oleh karena itu, diperlukan proses editing sebelum mengolah data.

2. *Data Coding*

Setelah tahap *editing* selesai dilakukan, kegiatan berikutnya adalah mengklasifikasikan data-data melalui tahapan *coding*. *Coding* dilakukan dengan memberikan identitas sehingga data mentah secara sistematis tersusun ke dalam bentuk yang mudah dibaca oleh mesin pengolah data (komputer).

3. *Data Entering*

Data *entering* merupakan proses pemindahan data yang telah diubah dalam kode angka ke dalam komputer.

4. *Data Cleaning*

Data *cleaning* atau membersihkan data merupakan proses pengecekan untuk memastikan bahwa seluruh data yang telah dimasukkan ke komputer sudah sesuai dengan informasi yang sebenarnya.

5. *Data Output*

Data *output* atau mengeluarkan data merupakan tahap menyajikan hasil pengolahan data dengan bentuk yang mudah dibaca dan lebih menarik.

2.7 Teknik Penyajian Data

Data yang didapatkan kemudian disajikan dalam berbagai bentuk dan narasi sesuai dengan tujuan dari penelitian. Adapun Teknik penyajian data dalam penelitian ini adalah table distribusi frekuensi, diagram batang, dan pie chart.

1. Tabel Distribusi Frekuensi

Tabel distribusi frekuensi merupakan tabel yang digunakan untuk menampilkan persebaran data dalam suatu distribusi. Penyusunan tabel distribusi frekuensi bermanfaat untuk memudahkan kita dalam penyajian data sehingga mudah dipahami dan mudah dibaca sebagai bahan informasi.

2. Diagram Batang

Diagram batang merupakan suatu diagram yang menggambarkan suatu distribusi frekuensi dengan bentuk beberapa segi empat.

3. Pie Chart

Pie chart merupakan sebuah diagram yang berbentuk lingkaran. Lingkaran tersebut dibagi menjadi beberapa bagian atau daerah yang menunjukkan presentase masing-masing kelas.

2.8 Pengujian Keabsahan Data

2.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap butir pertanyaan benar-benar mewakili konstruk yang diukur pada penelitian ini. Pengujian dilaksanakan dengan bantuan SPSS melalui korelasi item-total (*Pearson Product Moment*) pada 96 responden. Kriteria penetapan validitas mengacu pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan derajat bebas $df = n - 2 = 94$, sehingga $r_{tabel} = 0,200$.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut.

- (1) apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,200) maka butir valid
- (2) apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka butir tidak valid

Berdasarkan Tabel 2.2 Hasil Uji Validitas, seluruh butir pada variabel X (kode X1–X25) dan variabel Y (kode Y1–Y9) menunjukkan r_{hitung} di atas 0,200 sehingga seluruh item dinyatakan valid. Rentang kekuatan korelasinya berada pada kategori cukup hingga kuat, dengan nilai terendah sekitar 0,237 (mis. Y2) dan tertinggi sekitar 0,741 (mis. Y1). Hasil ini menegaskan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan konstruk interaksi digital instagram dan whatsapp (X) dan minat baca (Y) sesuai yang dirancang, sehingga butir-butir tersebut layak dipertahankan untuk tahap analisis.

Tabel 2.2 Hasil pengujian validitas pada 96 responden

No.	Variabel	<i>r</i> _{hitung}	<i>r</i> _{tabel}	Keterangan
1.	X1	.582**	0.200	Valid
2.	X2	.633**	0.200	Valid
3.	X3	.596**	0.200	Valid
4.	X4	.576**	0.200	Valid
5.	X5	.554**	0.200	Valid
6.	X6	.650**	0.200	Valid
7.	X7	.368**	0.200	Valid
8.	X8	.459**	0.200	Valid
9.	X9	.592**	0.200	Valid
10.	X10	.602**	0.200	Valid
11.	X11	.567**	0.200	Valid
12.	X12	.623**	0.200	Valid

13.	X13	.705**	0.200	Valid
14.	X14	.616**	0.200	Valid
15.	X15	.625**	0.200	Valid
16.	X16	.614**	0.200	Valid
17.	X17	.477**	0.200	Valid
18.	X18	.647**	0.200	Valid
19.	X19	.400**	0.200	Valid
20.	X20	.432**	0.200	Valid
21.	X21	.460**	0.200	Valid
22.	X22	.451**	0.200	Valid
23.	X23	.324**	0.200	Valid
24.	X24	.589**	0.200	Valid
25.	X25	.390**	0.200	Valid
26.	Y1	.741**	0.200	Valid
27.	Y2	.237**	0.200	Valid
28.	Y3	.280**	0.200	Valid
29.	Y4	.327**	0.200	Valid
30.	Y5	.613**	0.200	Valid
31.	Y6	.669**	0.200	Valid
32.	Y7	.373**	0.200	Valid
33.	Y8	.588**	0.200	Valid
34.	Y9	.646**	0.200	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2025

2.8.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana butir-butir kuesioner memberikan hasil yang konsisten bila diukur pada kondisi yang sama. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan teknik Cronbach's Alpha menggunakan bantuan SPSS terhadap 96 responden. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha melebihi 0,60 sehingga data yang dihasilkan stabil dan dapat dipercaya. Dasar penentuan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut.

1. Jika Cronbach's Alpha > 0,60, maka instrumen reliabel.
2. Jika Cronbach's Alpha ≤ 0,60, maka instrumen tidak reliabel.

Hasil pengujian pada tabel yaitu seluruh butir pada variabel X (X1–X25) dan variabel Y (Y1–Y9) menunjukkan status reliabel. Kolom "Cronbach's Alpha if Item Deleted" berada pada rentang kurang lebih 0,733 - 0,742, seluruhnya di atas ambang 0,60. Rentang yang sempit ini mengindikasikan konsistensi internal yang baik dan menunjukkan bahwa penghapusan satu butir tidak meningkatkan reliabilitas secara bermakna. Dengan demikian, tidak ada item yang perlu dieliminasi berdasarkan uji reliabilitas.

Tabel 2.3 Hasil pengujian reliabilitas pada 96 responden

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
1.	X1	0,60	0,738	Reliabel
2.	X2	0,60	0,735	Reliabel
3.	X3	0,60	0,733	Reliabel
4.	X4	0,60	0,734	Reliabel
5.	X5	0,60	0,733	Reliabel
6.	X6	0,60	0,736	Reliabel
7.	X7	0,60	0,741	Reliabel
8.	X8	0,60	0,740	Reliabel
9.	X9	0,60	0,738	Reliabel
10.	X10	0,60	0,735	Reliabel
11.	X11	0,60	0,734	Reliabel
12.	X12	0,60	0,734	Reliabel
13.	X13	0,60	0,735	Reliabel
14.	X14	0,60	0,735	Reliabel
15.	X15	0,60	0,736	Reliabel
16.	X16	0,60	0,738	Reliabel
17.	X17	0,60	0,739	Reliabel
18.	X18	0,60	0,736	Reliabel
19.	X19	0,60	0,741	Reliabel
20.	X20	0,60	0,741	Reliabel
21.	X21	0,60	0,739	Reliabel
22.	X22	0,60	0,740	Reliabel
23.	X23	0,60	0,742	Reliabel
24.	X24	0,60	0,738	Reliabel
25.	X25	0,60	0,741	Reliabel
26.	Y1	0,60	0,734	Reliabel
27.	Y2	0,60	0,746	Reliabel
28.	Y3	0,60	0,742	Reliabel
29.	Y4	0,60	0,742	Reliabel
30.	Y5	0,60	0,736	Reliabel
31.	Y6	0,60	0,736	Reliabel
32.	Y7	0,60	0,741	Reliabel
33.	Y8	0,60	0,737	Reliabel
34.	Y9	0,60	0,734	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2025