

## Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu terhadap Minat Baca Generasi Milenial

Rika Veronika<sup>1</sup>, Sisca Aulia<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: villeneuverika@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: siscaa@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 15-12-2021 revisi tanggal : 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal : 16-01-2022

---

### Abstract

*Along with the development of information and communication technology, the millennial generation uses social media as a place to get information. One of the Instagram's social media account that contains information is @akutahu. The existence of this account makes the millennial generation easier to read and increase knowledge. @akutahu is an online news platform with positive journalism principles that believe that consuming positive news will make the public smarter. The purpose of this study is to find out how much influence the attractiveness of @akutahu's social media content has on the reading interest of the millennial generation who are followers of @akutahu's Instagram account. This study uses several of theories, namely content attractiveness, social media, reading interest, millennial generation. This study uses a quantitative research using survey methods. The population of this study is the millennial generation (aged 21-40) followers of the @akutahu's Instagram account, using a sample of 100 people with non-probability sampling and purposive sampling techniques. The results of this study indicate that the attractiveness of @akutahu's social media content has an effect of 71.2% on millennial generation's reading interest. The influence of the attractiveness of content on Instagram @akutahu has a strong relationship to the reading interest of the millennial generation.*

**Keywords:** *akutahu, content attractiveness, reading interest, social media*

### Abstrak

Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, generasi milenial menjadikan media sosial sebagai tempat untuk mendapatkan informasi. Salah satu akun media sosial Instagram yang berisikan informasi ialah @akutahu. Adanya akun tersebut memudahkan generasi milenial membaca serta menambah pengetahuan. @akutahu merupakan platform berita online dengan prinsip jurnalisme positif yang meyakini bahwa dengan mengkonsumsi berita positif akan membentuk publik menjadi lebih cerdas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik konten media sosial @akutahu terhadap minat baca generasi milenial yang merupakan *followers* dari akun Instagram @akutahu. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori yaitu daya tarik konten, media sosial, minat baca, generasi milenial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial (usia 21-40 tahun) pengikut (*followers*) akun Instagram @akutahu, dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang teknik *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik konten media sosial @akutahu berpengaruh sebesar 71,2% terhadap minat baca generasi milenial. Pengaruh daya tarik konten pada Instagram @akutahu memiliki hubungan kuat terhadap minat baca generasi milenial.

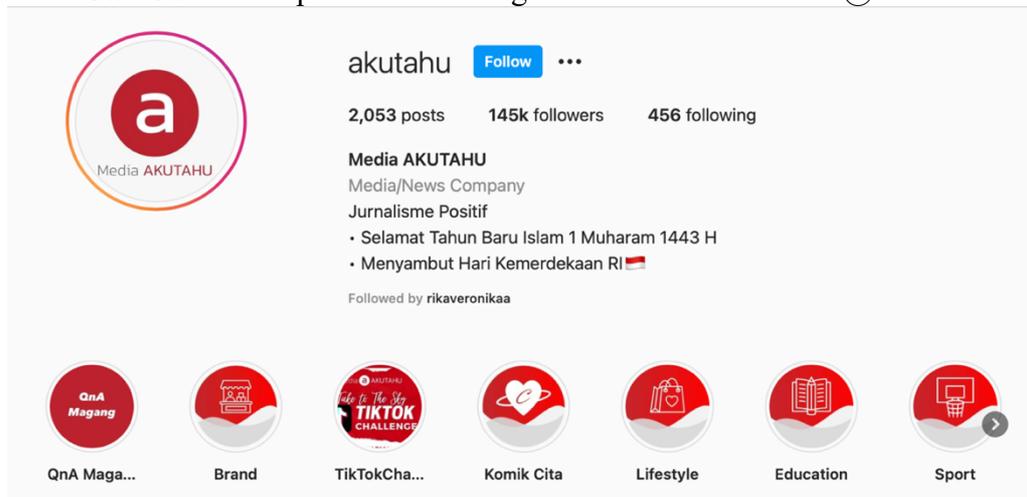
**Kata Kunci:** *akutahu, daya tarik, konten media sosial, minat baca*

## 1. Pendahuluan

Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat terutama di kalangan milenial menjadi lebih modern. Generasi milenial menjadikan informasi sebagai kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan dalam hal tersebut, mereka akan berusaha untuk mengulik informasi supaya tidak tertinggal sedikitpun. Sumber-sumber yang digunakan untuk mendapatkan informasi bisa berasal dari mana saja. Biasanya sumber itu bermula dari orang terdekat, seperti keluarga ataupun sahabat. Namun tidak jarang juga untuk memperoleh informasi yang bersumber dari media massa maupun media online (Nuraji, 2019).

Media online banyak digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi. Media online adalah pilihan yang tepat bila ingin mendapatkan informasi secara cepat, apalagi media online juga sangat mudah untuk diperoleh maupun diakses. Media online yang banyak diakses sekarang adalah media sosial. Berbagai macam media sosial terus berkembang mengikuti zaman. Salah satu media sosial yang sangat mengikuti perkembangan zaman adalah Instagram. Instagram juga dijadikan banyak pengguna sebagai tempat untuk membagikan cerita hingga kata motivasi. Tapi dengan adanya hal tersebut, banyak perusahaan besar, pengusaha kecil, maupun media menjadikan Instagram sebagai wadah untuk memasarkan produk dan jasa lewat konten-konten mereka. Namun, untuk beberapa media biasanya mereka membagikan berita atau informasi melalui konten yang dibuat.

**Gambar 1.** Tampilan Akun Instagram Media AKUTAHU @akutahu



Sumber: Instagram @akutahu

Media yang akan diteliti untuk melihat pengaruh daya tarik suatu konten terhadap minat baca generasi milenial adalah Instagram @akutahu. Akun Instagram @akutahu didirikan oleh Isnaeni Achdiat pada tahun 2016 meyakini bahwa dengan mengonsumsi berita positif dan sehat akan membentuk dan melatih publik menjadi lebih cerdas, lebih berpengetahuan, dan berwawasan luas oleh karena itu akan melahirkan generasi yang cerdas secara intelektual, berkarakter serta mampu membawa dampak positif bagi masyarakat luas. Maka, konten yang dihasilkan di @akutahu pasti memiliki nilai positif itu sendiri. Tidak seperti pada media umumnya, yang terkadang menggunakan sisi negatif untuk menarik perhatian dari para pembaca.

Peneliti ingin lebih mengetahui tentang adanya pengaruh daya tarik konten di Instagram @akutahu terhadap minat baca di generasi milenial, karena banyak dari generasi milenial mengkonsumsi informasi yang berasal dari Instagram. Daya tarik konten Instagram sangat diperlukan untuk meningkatkan minat baca. Generasi milenial cenderung kurang menyukai membaca secara konvensional, yang dimana tulisan dinilai membosankan. Generasi milenial lebih suka melihat gambar, apalagi bila kontennya berwarna. Instagram juga menjadi tempat untuk milenial berekspresi, semua orang akan membaca apa yang tertulis mengenai itu. Jadi, konten yang berwarna dan menarik akan menjadi daya tarik tersendiri untuk generasi milenial dalam meningkatkan minat baca serta keinginan untuk membaca informasi lebih lanjut (Winastiti, 2016).

Maka, peneliti akan menggunakan teori daya tarik konten, media sosial, minat baca, dan generasi milenial. Daya tarik konten berkaitan dengan hasil konten yang menarik dimata. Konten yang menarik adalah konten yang mempunyai daya tarik. Daya tarik sendiri mengacu dengan pendekatan yang digunakan untuk mendapat perhatian masyarakat dan membuat pengaruh terhadap minat mereka akan suatu produk atau jasa yang ditawarkan (Kartika, 2019). Dalam sebuah media, tentunya daya tarik konten sangat penting. Daya tarik konten dari sebuah media bisa berupa informasi dan berita yang dikomposisi secara menarik. Media AKUTAHU telah mengunggah banyak informasi dan berita yang positif di akun media sosial mereka. Konten yang disediakan bisa menarik perhatian banyak generasi milenial karena konten yang dihasilkan banyak berupa gambar dan juga tentunya berwarna. Generasi milenial dikenal sebagai generasi yang kurang menyukai tulisan (Winastiti, 2016).

Dari banyaknya kemajuan teknologi di luar sana, yang paling cepat berkembang adalah teknologi yang menggunakan internet, dan media sosial adalah salah satu jaringan yang menggunakan teknologi internet. Menurut Boyd (dalam Lorensia & Tamburion, 2019) media sosial adalah kumpulan *software* yang memungkinkan seorang atau sekelompok orang untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus saling berkolaborasi dan bermain satu sama lain. Media sosial adalah media untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, dan umpan balik pengguna, serta media untuk berkomunikasi dan berinteraksi di jejaring sosial dunia maya (Nasrullah, 2014).

Beberapa orang sering mengisi waktunya untuk menghibur maupun memberikan kesenangan dirinya sendiri. Banyak kegiatan untuk memperoleh kesenangan tersebut, biasanya timbul rasa ingin atau minat untuk mengembangkan dari apa yang bisa membuatnya senang. Menurut Slameto (dalam Santri & Abdillah, 2020) minat adalah kecenderungan permanen untuk memperhatikan dan mengingat kegiatan tertentu. Kegiatan yang diminati seseorang selalu disambut dengan suka cita. Minat selalu menyenangkan, yang mengarah pada kepuasan. Jika mata pelajaran yang diminati tidak sesuai dengan minat siswa, minat tersebut akan berdampak signifikan terhadap pembelajaran, karena siswa tidak akan dapat belajar sebanyak mungkin. Materi kelas yang merangsang minat siswa mudah dipelajari, karena minat merangsang belajar.

Membaca adalah suatu aktivitas yang dapat mengisi waktu luang. Jika dilakukan secara aktif akan memberikan manfaat yang berguna. Setiap orang tentunya sudah diajarkan membaca dari sejak kecil, bahkan salah satu keterampilan berbahasa di Sekolah Dasar ialah membaca. Kegiatan membaca memberikan kesan yang positif untuk kesehatan fisik maupun mental. Banyak ahli yang memberikan definisi tentang membaca (Santri & Abdillah, 2020). Dapat disimpulkan bahwa minat baca adalah

dorongan dalam diri seseorang yang menaruh perhatian dan kemauan untuk membaca karena menimbulkan rasa senang. Jika seseorang melakukan hal tersebut dengan penuh ketekunan, seperti bisa dilihat dari perhatiannya ke kegiatan membaca, keinginan yang tinggi untuk membaca, dan dorongan serta rasa senang yang timbul dari kegiatan membaca, hasilnya cenderung menetap.

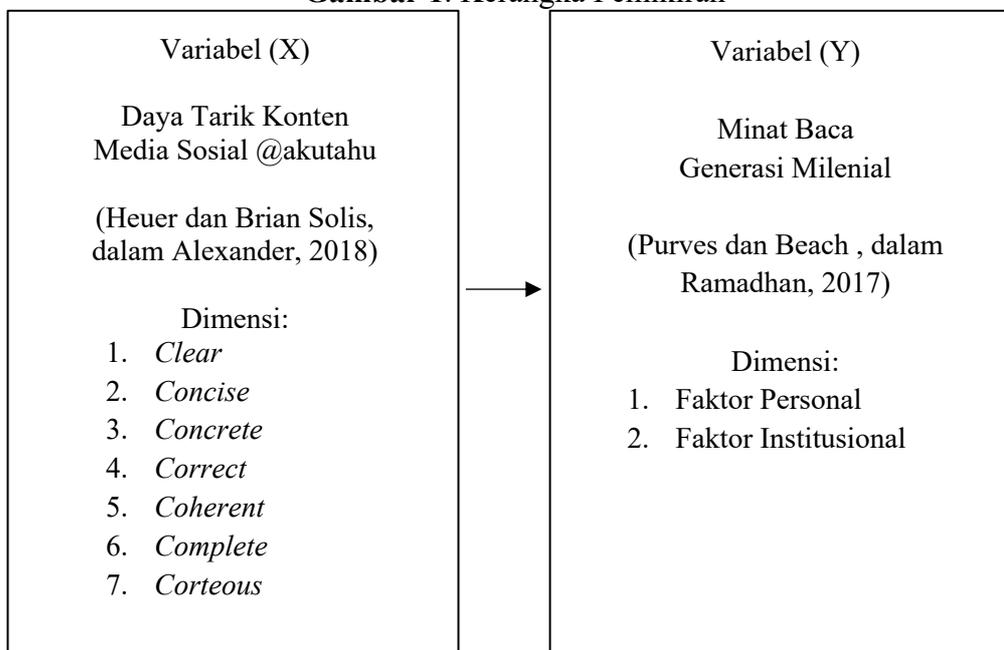
Generasi milenial jarang membaca tulisan, namun suka dengan konten yang bergambar dan berwarna. Menurut Yuswohady (dalam Hidayatullah et al., 2018) milenial adalah generasi yang lahir antara awal 1980-an hingga 2000-an. Generasi ini sering disebut dengan GenY, Generasi Net, dan sebagainya. Disebut milenial karena merupakan generasi yang hidup pada pergantian milenium. Pada saat yang sama, di era ini, teknologi digital mulai merambah setiap aspek kehidupan. Milenial sendiri selalu dianggap berbeda dengan generasi lain karena sudah pandai menggunakan teknologi dan internet (Aulia, 2020).

Daya tarik konten yang dimiliki media sosial @akutahu dapat berpengaruh terhadap minat baca generasi milenial. Hal ini dikarenakan daya tarik konten media sosial @akutahu dapat mempengaruhi dan mendorong adanya perubahan sikap generasi milenial dari yang sebelumnya tidak tertarik ataupun biasa saja, menjadi tertarik dan meningkatkan minat baca dari konten tersebut. Oleh karena itu, hipotesa penelitian yang penulis buat, seperti berikut:

H<sub>0</sub>: Tidak adanya pengaruh antara daya tarik konten media sosial @akutahu dengan minat baca generasi milenial.

H<sub>1</sub>: Adanya pengaruh antara daya tarik konten media sosial @akutahu dengan minat baca generasi milenial

**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran



Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 2. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui pengaruh daya tarik konten

media sosial @akutahu terhadap minat baca generasi milenial. Daya tarik konten media sosial di Instagram biasanya menjadi salah satu pengaruh para generasi milenial ingin membaca. Hal tersebut juga mempengaruhi sikap generasi milenial untuk terus membaca atau tidak. Menurut Jaya (2020) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dapat menghasilkan banyak hasil dan dapat dicapai dengan berbagai metode statistic dan metode kuantifikasi (pengukuran) lainnya.

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah survei. Menurut Sugiyono (dalam Setiawan & Sari, 2021) metode survei merupakan metode yang digunakan untuk jumlah populasi besar dan kecil, penggunaan datanya berupa data sampel dari populasi, lalu diperoleh hasil relatif, sebaran, dan hubungan antara variabel sosiologis dan psikologis meningkat.

Menurut Sugiyono (dalam Setiawan & Sari, 2021) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subjek dengan ciri dan kualitas yang ditentukan oleh peneliti yang menjadi subjek penelitian dan yang ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah pengikut Instagram @akutahu sebanyak 145.000 pada saat penelitian ini dibuat yaitu tanggal 15 September 2021, dengan kriteria generasi milenial dengan umur 21 sampai dengan 40 tahun. Sedangkan, menurut Sugiyono (dalam Setiawan & Sari, 2021) sampel mewakili populasi dan berisi banyaknya dan karakteristik yang mewakili populasi. Sampel yang diambil melalui populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pengikut @akutahu. Penelitian ini menggunakan jenis pemilihan sampel *non-probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*.

Metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan data pada penelitian ini adalah kuesioner dan skala *Likert*. Menurut Maholtra (dalam Octoreza, 2020) kuesioner adalah metode pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan secara tertulis atau lisan yang perlu dijawab oleh responden. Dengan itu, penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisikan pertanyaan terkait konsep. Hasil data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner pada pengikut Instagram @akutahu di *InstaStory*. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Menurut Malhotra (dalam Wijaya, 2020) skala *Likert* merupakan lima kategori yang digunakan untuk menghitung skala, yaitu: (1)Sangat Tidak Setuju, (2)Tidak Setuju, (3)Netral, (4)Setuju, (5)Sangat Setuju.

**Tabel 1.** Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Daya Tarik Konten	Clear	Kejelasan informasi dari konten @akutahu	Likert
		Pesan tersampaikan ke pengikut dengan efektif	Likert
	Concise	Kemudahan pengikut dalam membaca pesan	Likert
		Relevansi kata-kata di konten @akutahu dengan kategori pengikut	Likert
	Concrete	Keringkasan kata-kata dalam menulis pesan	Likert
		Kepercayaan pengikut dalam membaca konten @akutahu	Likert

Minat Baca	<i>Correct</i>	Keakuratan dalam penyampaian pesan	<i>Likert</i>	
		Keahlian dalam ejaan tata bahasa, tanda baca, maupun format penulisan	<i>Likert</i>	
	<i>Coherent</i>	Kemudahan pengikut dalam mencerna isi pesan	<i>Likert</i>	
		Relevansi konten @akutahu dengan target pesan	<i>Likert</i>	
	<i>Complete</i>	Kespesifikan informasi yang disampaikan	<i>Likert</i>	
		Kemampuan informasi dalam menjelaskan lebih	<i>Likert</i>	
	<i>Corteous</i>	Kesesuaian penyampaian pesan dengan tingkat kecerdasan pengikut	<i>Likert</i>	
		Kesesuaian penyampaian pesan dengan tingkat emosional pengikut	<i>Likert</i>	
	Faktor Personal	Usia	Ketertarikan dalam membaca konten	<i>Likert</i>
		Jenis Kelamin	Banyaknya pilihan kategori dalam konten	<i>Likert</i>
		Intelegensi	Kerelevansian konten	<i>Likert</i>
		Kemampuan Membaca	Kemampuan pengikut dalam membaca konten	<i>Likert</i>
		Sikap terhadap Membaca	Kemunculan sikap positif	<i>Likert</i>
		Kebutuhan Psikologis	Pemenuhan kebutuhan psikologis	<i>Likert</i>
Tersedianya Buku-buku		Ketersediaan konten	<i>Likert</i>	
Status Sosial Ekonomi		Perbedaan aktivitas bimbingan	<i>Likert</i>	
Pengaruh Orang Tua		Adanya dukungan orang tua	<i>Likert</i>	
Pengaruh Teman Sebaya		Adanya dukungan teman	<i>Likert</i>	
Pengaruh Guru atau Dosen	Adanya dukungan guru atau dosen	<i>Likert</i>		

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Sedangkan, teknik analisis data yang digunakan, yaitu Uji Normalitas, Uji Hipotesis (Uji T), Analisis Regresi Sederhana, Koefisien Determinasi dan teknik keabsahan data dengan Uji Validitas dan Uji Realibilitas.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Kemajuan teknologi memudahkan manusia untuk mengalami kehidupan dalam hal interaksi sosial. Penggunaan media sosial bisa menjadi sarana untuk memperoleh informasi karena dapat diakses dimana pun dan kapan pun. Akun Instagram @akutahu merupakan salah satu akun yang berisi informasi dengan basis berita daring dengan prinsip jurnanisme positif. Akun @akutahu sudah ada di media sosial Instagram sejak tahun 2016. Sampai saat penelitian ini dilakukan akun @akutahu sudah memiliki pengikut (*followers*) sebanyak 145 ribu dan unggahan sebanyak 2.155 per tanggal 15 September 2021.

Akun Instagram @akutahu biasanya membagikan berbagai pengetahuan dan informasi mulai dari berita hingga hiburan dan budaya, sehingga membantu masyarakat untuk memperoleh wawasan lebih dan menciptakan masyarakat berbasis pengetahuan. Hal tersebut menjadi suatu perbedaan dengan akun media lainnya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pengikut (*followers*) dari akun Instagram @akutahu. Banyaknya sampel yang diambil diperoleh menggunakan rumus Slovin dan menghasilkan sampel sebesar 100.

Dalam penelitian ini, terdapat 100 responden yang dijadikan sampel penelitian, terdapat 41% responden pria dan 59% responden wanita. Hal tersebut menandakan bahwa sebagian besar dari generasi milenial yang merupakan pengikut (*followers*) akun Instagram @akutahu adalah wanita.

**Tabel 2.** Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	41	41%
Wanita	59	59%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27

Didapati juga persentase usia tertinggi yaitu sebanyak 94% usia dari responden berada pada rentang usia 21 sampai 25 tahun, hal tersebut berarti generasi milenial yang merupakan pengikut (*followers*) akun Instagram @akutahu berusia sekitar 21 sampai 25 tahun.

**Tabel 3.** Karakteristik Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
21-25 tahun	94	94%
26-30 tahun	3	3%
31-35 tahun	1	1%
36-40 tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27

Berdasarkan hasil penelitian secara menyeluruh, diketahui bahwa nilai *Statistic Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,081 dengan probabilitas signifikansi 0,107 dari keseluruhan variabel. Maka, dapat dinyatakan bahwa data keseluruhan variabel

bersifat normal karena probabilitas signifikansi data  $> 0,05$  yaitu  $0,107 > 0,05$ . Dari hasil Uji T dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh daya tarik konten media sosial @akutahu (X) terhadap minat baca generasi milenial (Y), hal ini ditunjukkan melalui hasil uji T yang terdapat nilai t hitung sebesar 15,566 dan signifikan sebesar 0,000. Artinya, hasil signifikan  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $> t$  tabel yaitu  $15,566 > 1,984$ . Dengan itu dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, adanya pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial (X) terhadap Minat Baca Generasi Milenial (Y).

Lalu berdasarkan hasil penelitian, diketahui persamaan regresi sederhana untuk variabel daya tarik konten media sosial @akutahu (X) terhadap minat baca generasi milenial (Y) yang didapatkan dalam penelitian ini adalah nilai Minat Baca Generasi Milenial (Y) akan tetap konstan sebesar 5,984 bila nilai Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu (X). Sedangkan nilai 0,848 merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa apabila ada penambahan di setiap suatu nilai untuk Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu maka akan ada kenaikan Minat Baca Generasi Milenial sebesar 0,848.

Berdasarkan data yang telah diperoleh melalui kuesioner dan pengolahan data, dimensi dari masing-masing teori tersebut valid karena nilai r hitung lebih besar dari 0,1966 (r tabel).

**Tabel 4.** Hasil Uji Validitas

No Item	r hitung (X)	r hitung (Y)	r tabel	Keterangan
1	0,664	0,635	0,1966	Valid
2	0,622	0,481	0,1966	Valid
3	0,560	0,547	0,1966	Valid
4	0,665	0,653	0,1966	Valid
5	0,666	0,641	0,1966	Valid
6	0,603	0,672	0,1966	Valid
7	0,629	0,597	0,1966	Valid
8	0,500	0,650	0,1966	Valid
9	0,570	0,613	0,1966	Valid
10	0,650	0,594	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27

Serta bersifat realibel karena memiliki koefisien realibilitas lebih besar dari 0,06. Dalam uji R, hasil juga menunjukkan bahwa variabel daya tarik konten memiliki pengaruh sebesar 71,2% terhadap variabel minat baca. Sedangkan dalam uji T memperoleh nilai signifikansi 0,000, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, menyatakan terdapat pengaruh antara daya tarik konten terhadap minat baca.

**Tabel 5.** Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alph	Keterangan
Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu	0,815	Realibel
Minat Baca Generasi Milenial	0,811	Realibel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27

Hasil penelitian memiliki keterkaitan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Terdapat tujuh dimensi dalam teori daya tarik konten yang perlu diperhatikan dalam media sosial agar komunikasi terus berlanjut yaitu *clear, concise, concrete, correct, coherent, complete, dan corteous* (Chris Heuer dan Brian Solis dalam Alexander, 2018) dan dua dimensi dalam teori minat baca yang dapat mempengaruhi seseorang yaitu faktor personal dan faktor institusional (Purves dan Beach dalam Ramadhan, 2017).

#### 4. Simpulan

Dari hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menyatakan diperoleh t tabel sebesar 1,984. Pengaruh variabel daya tarik konten terhadap variabel minat baca sebesar  $0,000 < 0,050$  sedangkan untuk nilai t hitung sebesar  $15,566 > 1,984$  (t tabel), dimana  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka artinya, daya tarik konten media sosial @akutahu berpengaruh terhadap minat baca generasi milenial.

Daya tarik konten media sosial @akutahu berpengaruh signifikan terhadap minat baca generasi milenial. Hal ini dibuktikan melalui uji koefisien determinasi dengan nilai R Square 0,712. Artinya, daya tarik konten memiliki pengaruh sebesar 71,2% terhadap minat baca.

Dalam pengaruh daya tarik konten media sosial @akutahu terhadap minat baca generasi milenial, dimensi yang paling berpengaruh dalam variabel daya tarik konten adalah dimensi *clear*. Sedangkan, dimensi yang paling berpengaruh dalam variabel minat baca adalah dimensi faktor institusional.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, karena dimensi *complete, coherent, dan corteous* memiliki tingkat pengaruh yang rendah dalam variabel daya tarik konten, maka akun Instagram @akutahu bisa lebih menjelaskan, menegaskan, dan memahami para pengikut (*followers*) dalam penyampaian informasi yang dimuat dalam konten. Sedangkan, dimensi faktor personal juga memiliki tingkat pengaruh yang rendah dalam variabel minat baca, maka akun Instagram @akutahu bisa memberikan ciri khas atau menunjukkan perbedaan konten @akutahu dengan akun lainnya.

Lalu, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penelitian ini menggunakan variabel daya tarik konten media sosial @akutahu yang memiliki tujuh dimensi, yaitu *clear, concise, concrete, correct, coherent, complete, dan corteous* dan variabel minat baca generasi milenial yang memiliki dua dimensi, yaitu faktor personal dan faktor institusional. Melalui hal tersebut terdapat pengaruh yang besar senilai 71,2% dan peneliti berharap hasil penelitian dari variabel-variabel tersebut dapat bermanfaat bagi peneliti lainnya yang membahas topik serupa.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta semua pihak yang turut membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

#### 6. Daftar Pustaka

Alexander, E. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image*.

- Aulia, S. (2020). *Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital*. Jurnal Komunikasi, 12(2), 311–324. <https://doi.org/10.24912/JK.V12I2.9829>
- Hidayatullah, S., Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). *Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- I Made Laut Mertha Jaya. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. In Anak Hebat Indonesia.
- 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. [www.apjii.go.id](http://www.apjii.go.id),
- Lorensia, L., & Tamburian, D. (2019). *Humas Kantor Staf Presiden dalam Diseminasi Informasi Sosial dan Politik di Media Sosial*. Prologia, 2(2), 408–414. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/3720>
- Nasrullah, D. R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (1st ed.). Prenada Media Grup.
- Nuraji, H. W. (2019). *Pengaruh Konten instagram @ Naikmotor Terhadap Minat Pengetahuan Modifikasi Motor di Kalangan Followers @ Naikmotor*. Skripsi.
- Octoreza, J. T. (2020). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT Sekawan Kontrindo*.
- Ramadhan, H. R. (2017). *Hubungan Antara Dukungan Sosial Orangtua dengan Minat Membaca pada Siswa Sekolah Dasar Negeri Minomartani 6*.
- Santri, A., & Abdillah. (2020). *Pengaruh Minat Baca dan Disiplin Belajar terhadap Hasil Belajar PAI Siswa SDN 105304 Sarilaba Jahe Sibiru-biru Kabupaten Deli Serdang*. Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, 1(06), 1–9. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/60>
- Setiawan, A., & Sari, W. P. (2021). *Pengaruh Iklan Goyang Shopee Bersama Cr7 (Cristiano Ronaldo) Terhadap Citra Perusahaan Shopee*. Prologia, 5(1), 28–35. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/8083>
- Wijaya, N. (2020). *Pengaruh Penyampaian Informasi pada Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z*.
- Winastiti, A. (2016). *Generasi Millenial dan Karakteristiknya*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20160823145217-445-153268/generasi-millennial-dan-karakteristiknya>