

Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 18, No. 1, Juni 2022, Hal. 98-112
<https://doi.org/10.22146/bip.v18i1.2375>
ISSN 1693-7740 (Print), ISSN 2477-0361 (Online)
Tersedia online di <https://journal.ugm.ac.id/v3/BIP>

Peran akun twitter @literarybase dalam meningkatkan minat baca followersnya

Sakawuni M.F Bunga¹, Margareta Aulia Rachman²

^{1,2}Departemen Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok, 16424, Indonesia

^{1,2}Jl. Margonda Raya, Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424
e-mail: sakawuni.maghfira@ui.ac.id

Naskah diterima: 19 Agustus 2021, direvisi: 30 Maret 2022, disetujui: 22 April 2022

ABSTRAK

Pendahuluan. Artikel ini membahas peran akun Twitter @literarybase dalam meningkatkan minat baca pengikutnya sesuai dengan prinsip pembangunan minat baca. Akun @literarybase adalah akun berjenis autobase yang membahas hal berkaitan dengan literasi dan sastra di Twitter.

Metode penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan survei sebagai teknik pengumpulan data dengan total responden sebanyak 288 pengikut akun @literarybase.

Data analisis. Data penelitian yang telah didapatkan kemudian dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif.

Hasil dan Pembahasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @literarybase memiliki peran yang sangat besar sebagai wadah untuk meningkatkan minat baca followers. Secara umum, akun @literarybase telah menerapkan prinsip pengembangan minat baca dengan baik.

Kesimpulan dan Saran. Berdasarkan hasil temuan, penerapan prinsip teaching interest self-regulation masih belum seefektif ketiga prinsip pengembangan minat baca lainnya. Dalam tata kelola, akun @literarybase dapat mengadakan kegiatan diskusi dan baca buku bersama para pengikutnya dengan tujuan untuk lebih meningkatkan lagi keaktifan mereka terkait dengan literasi dan sastra.

Kata kunci: minat baca; twitter; autobase; akun twitter @literarybase

ABSTRACT

Introduction. @literarybase is an autobase account focusing on literacy and literature on Twitter. This article discusses the role of @literarybase in increasing the reading interest of its followers based on principles of reading interest development.

Data Collection Methods. This study used a quantitative approach with survey method as the data collection technique involving 288 followers of @literarybase account.

Data Analysis. The data was analyzed using a descriptive analysis method.

Results and Discussion. The results showed that the @literarybase account played a significant role as a place to increase followers' reading interest. In general, the @literarybase account has applied the principles of reading interest development framework.

Conclusion. Based on the findings, the application of the principle of teaching interest self-regulation strategies on the @literarybase account is still not as effective as the other three on reading interest development principles. In managing the account, the @literarybase, more interactive discussions with their followers to support activities related to literacy and literature.

Keywords: reading interest; twitter; autobase; twitter account @literarybase

A. PENDAHULUAN

Konsep membaca telah lahir dan berkembang sejak abad ke-4 Sebelum Masehi di Mesopotamia (Manguel, 2014). Awalnya, naskah yang beredar hanya terbatas pada catatan transaksi jual beli pada tablet tanah liat saja. Namun, hal ini lama kelamaan berkembang menjadi bukan hanya catatan transaksi, tetapi juga naskah mengenai dokumentasi hukum serta kegiatan yang dilakukan oleh para raja. Pada awalnya, membaca merupakan sebuah kegiatan yang mahal dan hanya dapat dilakukan oleh masyarakat tertentu saja. Hal ini berubah setelah beberapa abad, sehingga masyarakat dari berbagai kalangan juga dapat mengaksesnya. Membaca lalu dijadikan salah satu cara utama untuk hiburan dan memperoleh pengetahuan.

Twitter adalah media sosial dengan konsep blog mikro yang didirikan pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, dan Evan Williams. Pada awalnya, Twitter dibuat sebagai platform komunikasi yang memungkinkan sekelompok teman supaya dapat saling mengetahui keadaan masing-masing (Rigolin, 2018). Kini, setelah lebih dari 10 tahun berdiri, media sosial Twitter menjadi semakin populer dan digunakan oleh jutaan masyarakat dari berbagai negara.

Per Januari 2021, Indonesia menduduki peringkat enam sebagai negara dengan pengguna Twitter terbanyak (Tankovska, 2021). Lebih dari 14.05 juta masyarakat di Indonesia memiliki setidaknya satu akun Twitter. Dengan total pengguna tersebut, peringkat Indonesia terletak di bawah negara Brazil, Britania Raya, India, Jepang, dan Amerika Serikat sebagai negara dengan pengguna Twitter terbanyak.

Para pengguna Twitter tentu saja memiliki minat dan topik kesukaan yang berbeda satu sama lain. Untuk memfasilitasi perbedaan minat tersebut, beberapa pengguna Twitter di Indonesia berinisiatif untuk membuat akun Twitter berbentuk *autobase* dengan berbagai tema yang disesuaikan dengan keinginan pembuatnya. *Autobase* berasal dari dua kata yang berbeda, yaitu *automatic* dan *fanbase*. Fungsi dari *autobase* sendiri adalah sebagai tempat bertanya para pengikutnya secara

anonim mengenai suatu topik tertentu (Agoestin, 2019). Dengan adanya akun-akun *autobase*, pengguna Twitter dapat saling bertanya, berdiskusi, bahkan mencari *mutual* atau teman baru dengan minat yang serupa.

Akun @literarybase merupakan salah satu contoh akun Twitter yang berjenis *autobase*. Penelitian mengenai akun *autobase* di Twitter pernah dilakukan sebelumnya oleh Mayang Ananda Agoestin di tahun 2019 dengan judul “Motif followers dalam mengakses @collegemenfess di media sosial Twitter”. Pada penelitian tersebut, Agoestin membahas tentang motif pengguna dalam mengakses akun *autobase* @collegemenfess. Selain itu, ia juga membandingkan akun @collegemenfess dengan akun *autobase* lain yang juga memiliki tema seputar perkuliahan. Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut adalah: (1) motif pengguna adalah untuk berdiskusi dan saling bertukar pendapat mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan perkuliahan, (2) pengikut @collegemenfess memiliki motif interaksi sosial yang tinggi, dan (3) pengikut yang dimiliki oleh akun @collegemenfess cenderung jauh lebih aktif daripada pengikut akun *base* bertemakan perkuliahan yang lainnya. Hal ini lalu menjadikan @collegemenfess sebagai akun *autobase* seputar perkuliahan yang terbesar di Twitter dengan total pengikut mencapai lebih dari 654 ribu pengikut (Agoestin, 2019).

Kemudian juga di tahun 2019, Citra Noza dan Alila Primayanti melakukan penelitian tentang akun *autobase* berjudul “Pemanfaatan Akun Twitter @Womanfeeds Sebagai Media Informasi di kalangan Followersnya”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan akun Twitter @womanfeeds oleh pengikutnya sebagai media informasi berbagai kebutuhan wanita berdasarkan respon kognitif, afektif, dan *behavioral*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang didapatkan oleh para pengikut dalam bentuk respon kognitif adalah kemudahan dalam mengakses pengetahuan, pemahaman, dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan wanita pada *autobase* ini. Lalu pada respon afektif, pengikut cenderung akan marah

ketika ada pengguna lain yang melanggar peraturan yang telah dibuat oleh *autobase* @womanfeeds. Adapun hasil respon *behavioral* adalah pengikut dari akun *autobase* @womanfeeds merasa bahwa mereka jauh lebih giat merawat diri serta seringkali mendapatkan informasi yang bermanfaat seputar kecantikan (Noza & Primayanti, 2019).

Pada tahun 2020, Nanda Khaerunnisa Syafitri, Gema Rullyana, dan Ardiansah mengadakan penelitian mengenai akun *autobase* Twitter @collegemenfess sebagai sistem temu kembali informasi. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui tingkat kemampuan pengguna yang menggunakan akun *autobase* di Twitter sebagai sistem temu kembali informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kemampuan yang dimiliki oleh pengikut yang menggunakan @collegemenfess sebagai sistem temu kembali informasi adalah kategori *intermediate user*. Adapun proses penggunaan temu kembali pada *autobase* ini yaitu dengan mengirimkan pesan dengan format yang sudah ditentukan sehingga pesan tersebut akan terkirim secara otomatis dengan bentuk cuitan dari @collegemenfess.

Penelitian ini menjadikan akun Twitter @literarybase sebagai pilihan karena akun ini merupakan *autobase* pertama yang memiliki tema khusus untuk membahas literasi dan sastra). Selain itu, jumlah balasan *tweet* selama bulan November 2020 diketahui dari admin @literarybase berjumlah lebih dari 77.900 balasan dengan rata-rata 2.600 balasan setiap harinya. Hal tersebut menunjukkan bahwa *total engagement* yang didapatkan oleh akun @literarybase terbilang tinggi untuk sebuah akun *autobase* di Twitter.

Hingga penelitian ini dilaporkan, belum ditemukan adanya akun *autobase* lain yang membahas literasi dan sastra selain akun @literarybase. Perbedaan yang dimiliki oleh akun @literarybase dengan *autobase* lainnya terletak pada tema yang diusung. Maka dari itu, diputuskanlah untuk meneliti bagaimana akun @literarybase berperan meningkatkan minat baca para pengikutnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan minat baca para pengikut @literarybase berdasarkan

prinsip dalam membangun minat baca, yaitu: *cultivating individual interest*, *fostering situational interest*, *selecting texts with interest-enhancing elements*, dan *teaching interest self-regulation*.

B. TINJAUAN PUSTAKA

a. Definisi Minat Baca

Menurut Dewi et. al. (2020), minat baca adalah kecenderungan yang tinggi terhadap kegiatan membaca atau kemauan yang tinggi dalam kegiatan membaca. Selain itu, minat baca juga dapat diidentikkan dengan kegemaran membaca.

Springer et. al. (2017) menyatakan bahwa terdapat empat (4) prinsip mengenai hal-hal yang dapat membangun minat baca. Empat prinsip yang dimaksud yaitu:

1. *Cultivating individual interest* (menumbuhkan minat individu)

Cultivating individual interest bersifat pribadi, tercipta dari waktu ke waktu, bertahan lama, serta intrinsik atau berasal dari dalam individu. Prinsip ini membantu individu meningkatkan minat baca yang sebelumnya telah dimiliki.

2. *Fostering situational interest* (menumbuhkan minat berdasarkan situasi tertentu)

Minat situasional dapat tumbuh ketika seseorang menciptakan suasana dan sebuah kegiatan yang membuat individu lain ikut berpartisipasi di dalamnya. Terdapat dua fase dalam prinsip ini, yaitu fase *catch* dan *hold of interest*. Pada fase *catch*, sebuah aktivitas yang menarik dilakukan untuk memicu timbulnya minat individu. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan adalah mengadakan diskusi. Sedangkan, fase *hold of interest* dimaksudkan untuk mempertahankan minat individu yang telah muncul sebelumnya. Pemberian rekomendasi yang berkaitan dengan bahasan diskusi adalah salah satu contohnya.

3. *Selecting texts with interest-enhancing elements* (memilih teks dengan elemen yang dapat meningkatkan minat baca)

Dalam kegiatan membaca, setiap individu memiliki preferensi media bacanya masing-masing. Adapun media baca yang dapat dijumpai adalah dengan format buku fisik, buku elektronik, dan buku audio. Prinsip pemilihan teks bacaan dengan elemen yang sesuai dengan preferensi individu memudahkan mereka memilih media baca yang tepat sehingga minat baca individu menjadi meningkat.

4. *Teaching interest self-regulation strategies* (mengajarkan strategi mandiri untuk mencari bacaan yang sesuai)

Fokus dari prinsip ini adalah untuk mengajarkan dan menginformasikan kepada para individu bagaimana strategi mandiri yang tepat untuk mencari bacaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kesukaan masing-masing sehingga minat baca mereka dapat semakin berkembang.

Keempat prinsip yang dibentuk berdasarkan penelitian mengenai minat baca tersebut kemudian membantu untuk menentukan cara seperti apa yang tepat sehingga dapat membangun minat baca mengenai topik dan gagasan tertentu.

b. Twitter

Twitter adalah sebuah platform media sosial berbentuk *microblogging* di mana para penggunanya dapat saling berbagi pemikiran, berita, dan ide melalui sebuah *tweet* yang dibatasi hingga mencapai 280 karakter saja dalam satu pesan singkat (Guntuku et. al., 2019). Pembatasan karakter tersebut kemudian membuat para penggunanya harus kreatif dalam menuliskan apa yang ada di pikiran mereka sehingga tidak lebih dari 280 karakter. Pengguna juga dapat mengunggah pesan berbentuk foto dan video pendek ke linimasa masing-masing serta juga dapat mengirimkan pesan kepada pengguna lainnya (Clement, 2019). Para pengguna Twitter dapat saling mengikuti supaya bisa terus berkomunikasi dan berinteraksi baik dengan individu maupun kelompok lain (Rigolin, 2018).

c. Autobase Twitter

Menurut Yusti (2021), autobase adalah sebuah akun base yang memfasilitasi pengguna Twitter untuk membuat cuitan secara anonim.

Pertanyaan dikirimkan melalui Direct Message dengan kata kunci tertentu sehingga pesan kemudian dapat secara otomatis terkirim melalui tweet milik akun base yang bersangkutan (Mardiana & Zi'ni, 2020).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Menurut Creswell (2018), metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan untuk menguji teori objektif dengan memeriksa hubungan antar variabel. Variabel-variabel itu dapat diukur, biasanya pada instrumen, sehingga data tersebut kemudian dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik. Sedangkan menurut Sugiyono (2015) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak. Sugiyono (2015) menyebutkan bahwa pengumpulan data pada metode kuantitatif menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data yang didapatkan bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Skala Likert digunakan untuk mengukur pernyataan responden. Menurut McLeod (2019), skala Likert adalah skala yang memiliki lima atau tujuh poin yang digunakan untuk memungkinkan individu mengungkapkan seberapa besar mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan tertentu.

Terdapat empat aspek yang ditanyakan dalam kuesioner, yaitu:

1. *Cultivating individual interest*: Peningkatan minat individu terhadap dunia literasi dan sastra setelah mengikuti akun @literarybase.
2. *Fostering situational interest*: Pengguna terdorong untuk saling berbagi informasi kepada sesama pengikut @literarybase perihal bacaan yang mereka minati.
3. *Selecting texts with interest-enhancing elements*: Pengetahuan pengguna mengenai buku fisik, elektronik, dan audio meningkat setelah mengikuti akun @literarybase.

4. *Teaching interest self-regulation strategies*: Pengguna mengenal dan memahami aplikasi *reading tracker* dan *book review* setelah mengikuti akun @literarybase.

Formula Aiken's V, yang dirumuskan oleh Aiken pada tahun 1985 digunakan untuk menguji validitas butir-butir pernyataan pada kuesioner. Pada Hidayatullah (2020) tertulis bahwa formula Aiken's V dirumuskan untuk menghitung seberapa besar *content-validity coefficient* berdasarkan hasil penilaian ahli sebanyak n orang terhadap suatu item yang dinilai dari sejauh mana item tersebut dapat mewakili konstruk yang diukur. Adapun formula yang dirumuskan oleh Aiken adalah sebagai berikut (Hidayatullah, 2020):

$$V = \sum s / [n(c-1)]$$

$$\sum s = r - lo$$

Keterangan:

r = angka yang diberikan penilai

lo = angka penilaian validitas terendah

c = angka penilaian validitas tertinggi (5)

Populasi yang menjadi sasaran pada penelitian ini adalah pengguna Twitter yang mengikuti akun *autobase* @literarybase. Untuk menentukan jumlah sampel responden, memanfaatkan situs web *Sample size calculator* milik Raosoft. Nilai *margin of error* sebesar 5%, *confidence level* 90%, jumlah populasi 105.000 (per tanggal 5 Maret 2021) pengikut akun Twitter @literarybase, dan distribusi respon sebesar 50%, kemudian mendapatkan ukuran sampel yang direkomendasikan oleh Raosoft adalah sebesar 270 orang. Pada penelitian ini, digunakan teknik *Simple Random Sampling* dalam mengambil sampel pengikut akun Twitter @literarybase. Menurut Sugiyono (2015), teknik *Simple Random Sampling* adalah teknik yang pengambilan sampel populasinya dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata atau jenjang pada populasi yang dijadikan sasaran. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui survei elektronik kepada para pengikut akun Twitter @literarybase pada bulan Juni 2021 dengan total responden yang didapatkan sebanyak 288 pengikut akun @literarybase.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rachman (2017) menyebutkan bahwa kegiatan membaca adalah kegiatan yang sangat bermanfaat. Banyak sekali informasi dan wawasan yang bisa seorang individu dapatkan dengan membaca buku. Setiap buku yang dibaca dapat memberikan manfaat yang berguna. Terlebih, kandungan ilmu pengetahuan yang terdapat pada setiap buku dapat membantu kelangsungan hidup manusia dalam berbagai aspek. Kegiatan membaca juga ikut andil dalam mengembangkan kecerdasan intrapersonal manusia. Maka dari itu, sudah selayaknya apabila peningkatan minat baca terus digalakkan oleh berbagai pihak. Sebagai *autobase* yang membahas tema seputar literasi dan sastra, tentu saja akun Twitter @literarybase ikut berpartisipasi dalam meningkatkan minat baca para pengikutnya, yang pada bulan Juni 2021 telah mencapai lebih dari 140 ribu pengikut.

• Akun Twitter @literarybase

Akun yang didirikan pada tanggal 29 Juli 2018 ini berfokus pada tema *menfess* seputar sastra (buku novel, puisi, cerpen, dan non-fiksi). Pada tanggal 18 Juni 2021, wawancara admin @literarybase dilaksanakan dengan menggunakan fitur *Direct Message* di Twitter. Ketika ditanyakan alasan membuat akun @literarybase, admin menjawab bahwa mereka memutuskan untuk membuat akun ini karena saat itu belum ada *autobase* yang khusus membahas sastra. Selain itu, para admin juga berharap dengan adanya *base* ini, banyak anak muda yang kemudian menjadi tertarik untuk membaca serta sekaligus mengajak mereka berliterasi.

Seiring dengan berjalannya waktu, akun *autobase* @literarybase tidak hanya sekadar menjadi tempat untuk saling berbagi bacaan saja. Kini, akun @literarybase juga menjadi wadah bagi siapa saja yang ingin berkarya, baik dalam bentuk puisi atau pun karya sastra lainnya. Hal ini mereka buktikan dengan secara rutin mengadakan sebuah agenda di mana para pengikut dapat menunjukkan kepada pengikut lainnya karya yang telah mereka ciptakan, yaitu

Selasa Berkarya. Berikut adalah tampilan profil Twitter milik akun @literarybase (lihat Gambar 1).

Sebagaimana *autobase* lainnya, akun @literarybase juga memiliki peraturan yang harus diikuti oleh seluruh penggunanya apabila tidak mau akun Twitternya diblokir oleh *base* sehingga tidak bisa menggunakan fitur yang disediakan oleh akun ini. Tujuan dari dibuatnya peraturan-peraturan ini supaya kedamaian tetap dapat terjaga dari pengguna nakal yang sengaja mengirimkan pesan yang dapat menimbulkan keributan di *base*. Pengguna Twitter yang menemukan pelanggaran pada *menfess* dapat mengadakan pelanggaran tersebut kepada akun @laporanbase di bawah *tweet* yang bersangkutan. Nantinya, *tweet* tersebut akan dihapus oleh admin dari @literarybase serta akun si pengirim pesan juga akan diberikan teguran serta *unfollow* dan/atau diblokir oleh admin.

Selain peraturan umum tersebut, akun @literarybase juga memiliki peraturan terpisah mengenai jual-beli buku dan mengunggah karya di *base*. Berjualan hanya boleh dilakukan pada hari Senin, Rabu, dan Jumat pada jam 19.00-20.00 WIB saja. Sedangkan, mengunggah karya dapat pengguna lakukan setiap hari Selasa dan Sabtu tanpa ada ketentuan batas waktu.

Untuk bisa mengirimkan sebuah pesan, pengikut dari *base* yang bersangkutan harus telah *followback* oleh *base* tersebut terlebih dahulu. Maka dari itu, tidak jarang pengikut *autobase* yang belum *followback* kemudian menitipkan pesannya kepada pengguna yang telah diikuti oleh suatu akun *autobase*. Sebelum pesan terkirim, akun @literarybase akan mengirimkan tautan menuju peraturan *base* terlebih dahulu untuk dicek kembali oleh pengirim apakah pesan yang akan dikirimkan melanggar peraturan atau tidak. Tautan dikirim beserta pertanyaan “Apakah kamu yakin ingin mengirim *menfess* ini?” dengan dua pilihan jawaban “Yup!” dan “Tidak”. Pesan akan terkirim ketika pengguna memilih “Yup!” dan otomatis batal terkirim ketika *option* “Tidak” menjadi pilihan pengguna. Setelah pesan dikirimkan, akun @literarybase juga akan secara otomatis mengirimkan tautan kepada

pesan yang telah kita buat. Tujuannya adalah supaya pengirim pesan dapat dengan mudah mengecek respons yang didapatkan pada *menfess* tersebut secara berkala.

• Peran Akun @literarybase dalam Meningkatkan Minat Baca

1. Identitas Responden

- Umur responden
Penelitian ini memiliki total 288 responden, yang kemudian diketahui bahwa akun @literarybase di Twitter memiliki pengikut yang mayoritas berusia 17-25 tahun, yaitu sebanyak 240 orang (83.3%). Kemudian diikuti oleh pengikut dengan umur 12-16 tahun sejumlah 26 orang (9%). Adapun responden dengan umur 26-35 tahun berjumlah 20 orang dan yang berusia 36-45 hanya berjumlah dua orang saja. Mengacu pada penelitian Sawyer (2018) yang berjudul *The age of innocence*, hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengikut akun @literarybase masuk ke dalam kategori usia remaja, yaitu usia 10-24 tahun.
- Tahun responden mengikuti akun @literarybase
Meskipun akun @literarybase telah dibuat sejak tahun 2018, namun sebagian besar responden baru mulai mengikuti akun @literarybase pada tahun 2020, yaitu sebanyak 151 responden dengan persentase sebesar 52.4%. Kemudian diikuti dengan responden yang mulai mengikuti akun @literarybase pada tahun 2021, yaitu sebanyak 74 orang dengan persentase sebesar 25.7%. Sedangkan 17.7% responden mulai mengikuti pada tahun 2019 dan hanya 4.2% yang mengikuti sejak awal mula pembuatan akun, yaitu di tahun 2018.
- Cara responden mengetahui akun @literarybase
Mengingat cara kerja Twitter yang memungkinkan *Retweet*-an dan

balasan satu cuitan teman sesama pengguna untuk muncul di *timeline* pengguna Twitter, maka tidaklah mengherankan apabila sebesar 66.3% responden menyatakan bahwa mereka mengetahui adanya akun ini karena cuitan akun @literarybase lewat di *timeline* Twitter mereka. Hal ini lalu diikuti oleh 81 responden (28.1%), yang mengakui bahwa mereka sengaja mencari *autobase* dengan tema literasi dan sastra lewat kolom pencarian di Twitter. Sedangkan sisanya, yaitu 3.5% responden, diberitahu oleh teman mereka akan keberadaan akun @literarybase serta 1.8% responden memberikan alasan lainnya yang tidak tertera pada pilihan yang telah disediakan.

- Alasan responden mengikuti akun @literarybase
Adapun alasan mayoritas responden mengikuti akun @literarybase terbagi menjadi dua: total 110 responden (38.2%) menyatakan bahwa alasan mereka adalah karena menyukai literasi dan sastra, sedangkan alasan 100 responden (34.7%) lainnya adalah karena mereka ingin mencari dan berbagi informasi mengenai buku fisik, buku elektronik, dan buku audio yang setiap harinya selalu ada pengikut yang membahasnya di akun @literarybase melewati *menfess*. Namun bagi 68 responden lainnya (24%), alasan mereka mengikuti akun @literarybase adalah karena ingin mencari teman sesama pembaca dan untuk saling berbagi informasi, mengingat mudahnya bagi pengguna untuk menemukan pengguna lain dengan selera bacaan yang sama lewat akun ini. Terakhir, ada total 9 responden (3.1%) yang menyatakan bahwa alasan mereka mengikuti akun @literarybase adalah untuk mencari informasi mengenai aplikasi *reading tracker* dan *book review*.

2. Prinsip Membangun Minat Baca

• *Cultivating Individual Interest*

Springer et. al. (2017) menyatakan bahwa prinsip *Cultivating Individual Interest* (menumbuhkan minat individu) memiliki beberapa sifat, yaitu: berasal dari dalam individu (intrinsik), tercipta dari waktu ke waktu, serta bersifat pribadi. Pada kuesioner, responden diminta mengisi pernyataan dengan lima pilihan jawaban: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Tujuan dari pernyataan-pernyataan pada bagian ini adalah untuk mengetahui apakah minat baca mereka tumbuh dan berkembang setelah mengikuti akun @literarybase atau tidak.

Salah satu sifat prinsip *cultivating individual interest* yang disebutkan oleh Springer et. al. (2017) bahwa untuk menumbuhkan minat baca haruslah berasal dan diawali dari dalam individu itu sendiri (intrinsik). Pembuktian prinsip ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang mengikuti akun @literarybase karena menyukai literasi dan sastra. Selain itu, alasan selanjutnya adalah karena ingin mendapatkan rekomendasi bacaan dari pengikut lainnya.

Sifat dalam menumbuhkan minat individu yang disinggung pada penelitian Springer et. al. (2017) berikutnya adalah bersifat pribadi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang mendapatkan informasi mengenai *book sale*, peningkatan pembelian buku, serta meningkatnya pengetahuan dalam merawat buku setelah mengikuti akun twitter @literarybase. Ketiga hal tersebut mendukung pernyataan Springer et. al. (2017) bahwa sifat pribadi adalah salah satu sifat yang dapat menumbuhkan minat baca individu.

Selanjutnya, Springer et. al. (2017) juga menyebutkan bahwa pertumbuhan minat baca individu tercipta dari waktu ke waktu. Mayoritas responden membenarkan bahwa dengan mengikuti akun @literarybase menyebabkan adanya peningkatan jumlah buku yang dibaca maupun yang ingin dibaca oleh mereka. Dari kedua hasil pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa mengikuti akun Twitter @literarybase menyebabkan pertumbuhan

minat baca responden dari waktu ke waktu, sebagaimana yang dijelaskan oleh Springer et. al. pada penelitian mereka di tahun 2017.

- *Fostering Situational Interest*

Menurut Springer et. al. (2017), *situational interest* atau minat situasional adalah minat yang muncul ketika suatu iklim dan kegiatan instruksional diciptakan sehingga setiap orang bersemangat untuk ikut berpartisipasi di dalamnya. Pernyataan pada prinsip *Fostering Situational Interest* lebih berfokus pada frekuensi suatu kegiatan dilakukan oleh responden. Maka dari itu, pilihan yang diberikan kepada responden berbeda dengan pilihan pada ketiga prinsip lainnya. Adapun pilihan yang digunakan pada prinsip ini adalah Selalu (SL), Sering (SR), Kadang-kadang (KD), Jarang (JR), dan Tidak Pernah (TP).

Springer et. al. (2017) menyatakan bahwa terdapat dua fase yang harus diperhatikan ketika mau menumbuhkan minat situasional seseorang. Fase pertama yang dimaksud adalah *catch*, di mana minat seseorang dipicu dengan aktivitas yang menyenangkan. Pada akun @literarybase, kegiatan saling merekomendasikan dan diskusi mengenai buku dengan sesama pengikut lainnya masuk ke dalam fase *catch*. Tetapi, karena akun @literarybase menggunakan sistem *autobase*, maka tidak semua pengikut pernah melakukannya. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan ketika sebagian besar responden mengaku jarang membuka diskusi buku selama mengikuti akun @literarybase. Begitu juga dengan kegiatan merekomendasikan maupun meminta rekomendasi buku melalui *menfess* kepada pengikut lainnya. Hal tersebut berbanding terbalik dengan pernyataan yang tidak mengharuskan responden telah diikuti kembali oleh akun @literarybase terlebih dahulu. Maka tidaklah mengherankan apabila mayoritas responden pernah menyarankan judul buku dengan tema tertentu ketika ada yang meminta rekomendasi di akun @literarybase.

Adapun fase kedua, yaitu *hold* menurut Springer et. al. (2017), dimaksudkan untuk mempertahankan minat yang berhasil dimunculkan setelah aktivitas pada fase pertama dilaksanakan. Pada akun Twitter @literarybase,

hal ini ditunjukkan dengan sebagian besar responden yang pernah mencari teman atau *mutual* dengan bacaan yang serupa pada pernyataan nomor 5. Tujuan responden melakukan hal ini adalah supaya dapat saling melihat perkembangan bacaan satu sama lain, sehingga minat baca mereka tetap terjaga setelah saling mengikuti di Twitter.

- *Selecting Texts with Interest-Enhancing Elements*

Prinsip selanjutnya adalah *Selecting Texts with Interest-Enhancing Elements* atau pemilihan teks dengan elemen yang dapat meningkatkan minat baca. Setiap individu memiliki preferensi dan minat yang bervariasi. Oleh karena itu, para individu, khususnya pengikut akun @literarybase mengingat konteks dari penelitian ini, cenderung condong pada sesuatu yang menarik perhatian mereka. Akun Twitter @literarybase membantu pengikutnya dengan cara menyediakan tempat di mana mereka bisa menyeleksi teks atau bacaan dengan elemen yang menarik dan sesuai dengan preferensi tiap individu.

Pada artikelnya, Putro (2017) menyebutkan bahwasanya kemajuan terbaru dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah secara substansial mengubah cara membaca sehari-hari karena maraknya penggunaan berbagai perangkat komputer dan aplikasi online sehingga mengantarkan kita kepada era "literasi digital". Akibatnya, membaca bahan teks cetak semakin digantikan oleh bentuk membaca digital. Dalam hal ini, akun Twitter @literarybase memiliki peran sebagai tempat di mana para pengikutnya bisa saling berbagi informasi terkait dengan kegiatan membaca dalam format digital. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju mereka baru mengetahui akan adanya tempat membaca gratis seperti iPusnas dan situs web *Riveted by simon teen* setelah mengikuti akun @literarybase.

Putro (2017) juga menjelaskan bahwa sejak awal tahun 1990, membaca teks online hanya dipandang sebagai salah satu cara alternatif membaca. Namun kini, kegiatan membaca teks online dilihat sebagai cara membaca yang menonjol, terutama bagi generasi muda. Oleh

karena itu, banyak pengikut akun @literarybase yang memberikan edukasi kepada pengikut lainnya mengenai bagaimana cara berlangganan buku elektronik. Maka, tidaklah mengherankan ketika mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka jadi mengetahui dan memahami bagaimana berlangganan buku elektronik Gramedia Digital dan Scribd setelah mengikuti akun @literarybase.

Mayoritas responden juga mengiyakan bahwa pemahaman mereka terkait dengan buku fisik, elektronik, dan audio meningkat setelah mengikuti akun @literarybase. Hal ini sesuai dengan teori Tracy (2018) yang menyebutkan bahwa pemahaman individu mengenai perbedaan buku fisik, elektronik, dan audio akan membantu mereka dalam memilih format yang sesuai dengan kebutuhan tiap individu. Hal ini lalu diperkuat dengan sebagian besar responden yang menyetujui fakta bahwa pengetahuan mereka cenderung meningkat seputar perangkat *e-reader*, seperti Kindle dan Kobo setelah mengikuti akun @literarybase di Twitter.

Pada tabel 4, terlihat mayoritas responden menyetujui bahwa kebutuhan informasi para responden yang berkenaan dengan literasi dan sastra menjadi terpenuhi setelah mereka mengikuti akun @literarybase di Twitter. Hal ini menunjukkan bahwa akun @literarybase telah menjalankan perannya pada prinsip *Selecting Texts with Interest-Enhancing Elements* atau pemilihan teks dengan elemen yang dapat meningkatkan minat baca dengan baik sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Springer et. al. (2017).

- *Teaching Interest Self-Regulation Strategies*

Pembahasan pada prinsip keempat akan berfokus pada *teaching interest self-regulation strategies*, atau mengajarkan strategi mandiri untuk mencari bacaan yang sesuai. Para pengikut akun @literarybase biasa menggunakan aplikasi *reading tracker* dalam mencari bacaan yang sesuai dengan minat mereka. Contoh aplikasi yang dimaksudkan adalah Notion, Goodreads, dan Readerly. *Reading tracker* dapat membantu pengguna dalam membuat sebuah tantangan dalam membaca buku di mana mereka dapat

menentukan berapa jumlah buku yang ingin dibaca selama satu tahun. Seluruh pernyataan pada prinsip ini menegaskan dan memastikan bagaimana pemahaman responden terhadap aplikasi-aplikasi tersebut setelah mengikuti akun @literarybase di Twitter.

Menurut Springer et. al. (2017), pengajaran strategi untuk mencari dan mendapatkan minat yang sesuai sangatlah penting supaya individu tidak surut minat bacanya saat mereka sedang tidak menemukan bacaan yang menarik perhatiannya. Pada dunia literasi dan sastra, terdapat aplikasi-aplikasi yang membantu mencegah hal itu terjadi, seperti aplikasi *reading tracker* dan aplikasi untuk mengulas buku setelah selesai dibaca oleh pengguna. Dari tabel 5, tercatat sebanyak 37.5% responden setuju bahwa mereka mengenal berbagai aplikasi *reading tracker* setelah mereka mengikuti akun @literarybase. Selain itu, 34.7% responden setuju bahwa setelah mengikuti akun @literarybase mereka menjadi semakin memahami cara menggunakan *reading tracker*. Begitu juga dengan 37.8% responden yang setuju bahwa mereka semakin memahami aplikasi untuk *review* buku seperti Goodreads dan Readerly setelah mereka mengikuti akun Twitter @literarybase.

Meskipun pemahaman responden akan aplikasi untuk *review* buku cenderung meningkat setelah mengikuti akun @literarybase, namun bukan berarti mereka aktif dalam melakukan kegiatan *review* buku itu sendiri. Selain itu, hanya sebagian kecil responden yang lebih paham bagaimana menyortir buku sesuai kategori yang didapatkan dari hasil rekomendasi pengikut lainnya di aplikasi Goodreads dan Notion setelah mengikuti akun @literarybase di Twitter.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa keputusan untuk mengikuti akun @literarybase memang membantu responden dalam mengetahui dan memahami berbagai aplikasi yang memiliki fungsi *reading tracker* dan *review* buku. Tetapi, hal ini tidak berbanding lurus dengan keaktifan responden dalam penggunaan aplikasi tersebut. Menurut Springer et. al. (2017) tujuan mengajarkan strategi untuk pencarian bacaan secara mandiri adalah untuk

mempertahankan minat baca ketika dilanda kebosanan. Adapun strategi yang digunakan oleh akun @literarybase adalah dengan cara memperkenalkan serta mengajarkan para pengikutnya mengenai aplikasi untuk melacak bacaan dan mengulas buku. Tujuannya adalah supaya pengikut dapat lebih aktif berpartisipasi dalam dua kegiatan tersebut. Namun, cara yang digunakan oleh akun @literarybase tidak mudah diikuti oleh pengikutnya. Sehingga, dampak peningkatan minat baca pada strategi *Teaching Interest Self-Regulation* kurang terlihat.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara garis besar akun Twitter @literarybase telah menerapkan prinsip pembangunan minat baca dengan baik. Ketiga sifat pada prinsip *cultivating individual interest* terlihat pada hasil yang diberikan oleh responden sehingga minat baca mereka tumbuh dan berkembang setelah mengikuti akun @literarybase. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa dua fase pada prinsip *fostering situational interest*, yaitu fase *catch* dan *hold*, terpenuhi dengan respons yang relatif baik. Prinsip *selecting texts with interest-enhancing elements* juga telah dijalankan dengan baik oleh akun @literarybase sebagai akun yang membahas literasi dan sastra. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang cenderung positif ketika menjawab pernyataan pada prinsip ini. Namun, penerapan prinsip *teaching interest self-regulation strategies* masih belum seefektif tiga prinsip lainnya, terlihat dari tanggapan responden yang bervariasi tingkat kesetujuannya. Maka dari itu, saran kepada admin akun @literarybase untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan mengadakan diskusi secara lebih intensif dengan para pengikutnya mengenai aplikasi *reading tracker* dan *review* buku. Selain itu, admin akun Twitter @literarybase juga dapat mengadakan kegiatan diskusi dan baca buku bersama dengan tujuan untuk dapat lebih meningkatkan lagi keaktifan para pengikutnya terkait dengan literasi dan sastra.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoestin, M. A. (2019). Motif followers dalam mengakses @collegemenfess di media sosial Twitter. *Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University Surabaya*.
- Clement, J. (2019, April). *Twitter: Number of monthly active users 2010–2019*. Statista—The statistic portal. <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (Fifth ed.). Sage publications.
- Dewi, R. S., Fahrurrozi, Hasanah, U., & Wahyudi, A. (2020). Reading interest and reading comprehension: A correlational study in Syarif Hidayatullah State Islamic University, Jakarta. *International Research Association for Talent Development and Excellence*, 12(1), 241-250. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50885>
- Guntuku, S. C., Schneider, R., Pelullo, A., Young, J., Wong, V., Ungar, L., & Merchant, R. (2019, November 4). Studying expressions of loneliness in individuals using twitter: An observational study. *BMJ open*, 9(11), 1-8. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2019-030355>
- Hidayatullah, M. S., & Shadiqi, M. A. (2020). *Konstruksi alat ukur psikologi* (edisi revisi). Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat.
- Manguel, A. (2014). *A history of reading*. Penguin.
- Mardiana, L., & Zi'ni, A. F. Z. (2020). Pengungkapan diri pengguna akun autobase twitter @subtanyarl. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 34-54. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.4134>
- McLeod, S. A. (2019, August 3). *Likert scale*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/likert-scale.html>

- Putro, N. H. P. S., & Lee, J. (2017). Reading interest in a digital age. *Reading Psychology*, 38(8), 778-807. <http://dx.doi.org/10.1080/02702711.2017.1341966>
- Rachman, M. A., Rachman, Y. B., & Rachmawati, Y. M. (2017, October). Minat baca siswa sekolah dasar di Depok: Studi kasus di SDN Anyelir 1 Depok Jaya. *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan, dan Kearsipan*, 19(2), 64-68. <http://dx.doi.org/10.7454/jipk.v19i2.122>
- Rigolin, V. H. (2018). What is twitter? how do i get started? why should I become a user? *Journal of the American Society of Echocardiography*, 31(3), A31-A32. <https://doi.org/10.1016/j.echo.2018.01.005>
- Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wickremarathne, D., & Patton, G. C. (2018). The age of adolescence. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 2(3), 223-228. [https://doi.org/10.1016/S2352-4642\(18\)30022-1](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(18)30022-1)
- Springer, S. E., Harris, S., & Dole, J. A. (2017). From surviving to thriving: Four research-based principles to build students' reading interest. *The Reading Teacher*, 71(1), 43-50. <https://doi.org/10.1002/trtr.1581>
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta.
- Syafitri, N. K., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2020). Autobase @collegemenfess, a twitter account used as information retrieval tool. *Khizanah al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 8(2), 161-172. <https://doi.org/10.24252/kah.v8i2a6>
- Tankovska, H. (2021, February 9). *Countries with the most Twitter users 2021*. Statista—The statistic portal. <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>
- Tracy, D. G. (2018). Format shift: Information behavior and user experience in the academic E-book environment. *Reference & User Services Quarterly*, 58(1), 40-51. <https://doi.org/10.5860/rusq.58.1.6839>
- Yusti, N., & Imran, A. I. (2020, December). Pengaruh series produce 101 terhadap perilaku fanatisme remaja followers akun autobase di twitter. *Eproceedings of Management*, 7(3), 7474-7487. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13878>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh Akun Twitter yang Berbentuk *Autobase*

Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti (2021)

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Uji Validitas Pakar

No. Item	Indikator	Nilai (1-5)	Σs (Selisih)	n(c-1)	V	Ket
1.	Saya mengikuti akun @literarybase karena saya menyukai literasi dan sastra	5	4	4	1	Tinggi
2.	Saya mengikuti akun @literarybase karena ingin mendapatkan rekomendasi bacaan dari pengikut lainnya	5	4	4	1	Tinggi
3.	Saya mendapatkan banyak informasi mengenai <i>book sale</i> setelah mengikuti @literarybase	5	4	4	1	Tinggi
4.	Setelah mengikuti @literarybase saya menjadi lebih sering membeli buku, baik yang baru maupun <i>preloved</i> (bekas)	5	4	4	1	Tinggi
5.	Saya mengetahui bagaimana cara merawat buku dengan benar setelah mengikuti @literarybase	5	4	4	1	Tinggi
6.	Setelah mengikuti @literarybase, jumlah daftar buku untuk saya baca (<i>to be read</i>) selalu meningkat	5	4	4	1	Tinggi
7.	Setelah mengikuti @literarybase, jumlah total buku yang saya baca selalu meningkat	5	4	4	1	Tinggi
8.	Saya pernah merekomendasikan buku bacaan melalui <i>menfess</i> di @literarybase	5	4	4	1	Tinggi
9.	Saya pernah membuka diskusi buku dengan tema tertentu di @literarybase	5	4	4	1	Tinggi

No. Item	Indikator	Nilai (1-5)	Σs (Selisih)	n(c-1)	V	Ket
10	Saya pernah merekomendasikan judul buku dengan tema tertentu di ketika ada yang meminta rekomendasi di @literarybase	5	4	4	1	Tinggi
11	Saya pernah meminta rekomendasi buku melalui <i>menfess</i> kepada pengikut @literarybase lainnya	5	4	4	1	Tinggi
12	Saya pernah sengaja mencari teman/ <i>mutual</i> baru dengan bacaan yang serupa melalui @literarybase (mis. Mencari <i>mutual</i> yang sama-sama menyukai bacaan dengan tema sejarah)	5	4	4	1	Tinggi
13	Setelah mengikuti @literarybase, saya menjadi tahu bahwa ada tempat membaca gratis seperti iPusnas dan situs web Riveted by simon teen	5	4	4	1	Tinggi
14	Setelah mengikuti @literarybase, saya menjadi tahu di mana saja saya bisa berlangganan buku elektronik seperti Gramedia Digital dan Scribd	5	4	4	1	Tinggi
15	Setelah mengikuti @literarybase, saya menjadi lebih memahami perbedaan buku fisik, buku elektronik, dan <i>audiobook</i>	5	4	4	1	Tinggi
16	Setelah mengikuti @literarybase, saya menjadi tahu informasi mengenai perangkat <i>e-reader</i> seperti kindle dan kobo	5	4	4	1	Tinggi
17	Setelah mengikuti @literarybase, kebutuhan informasi saya berkenaan dengan literasi dan sastra menjadi terpenuhi	5	4	4	1	Tinggi
18	Saya mengenal reading tracker seperti Notion, Goodreads dan Readerly setelah mengikuti @literarybase	5	4	4	1	Tinggi
19	Saya semakin memahami cara menggunakan reading tracker seperti Notion, Goodreads dan Readerly setelah mengikuti @literarybase	5	4	4	1	Tinggi
20	Saya semakin memahami aplikasi untuk review buku seperti Goodreads dan Readerly setelah mengikuti @literarybase	5	4	4	1	Tinggi
21	Saya menjadi lebih aktif melakukan review buku di aplikasi Goodreads dan Readerly setelah mengikuti @literarybase	5	4	4	1	Tinggi
22	Saya menjadi lebih paham bagaimana menyortir buku sesuai kategori yang didapatkan dari hasil rekomendasi pengikut lainnya di aplikasi seperti Goodreads dan Notion setelah mengikuti @literarybase	5	4	4	1	Tinggi

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel 2. *Cultivating Individual Interest*

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengikuti akun @literarybase karena saya menyukai literasi dan sastra	60.4%	35.8%	3.5%	0.3%	0%
2.	Saya mengikuti akun @literarybase karena ingin mendapatkan rekomendasi bacaan dari pengikut lainnya	67.4%	28.1%	3.5%	0.7%	0.3%
3.	Saya mendapatkan banyak informasi mengenai <i>book sale</i> setelah mengikuti @literarybase	53.5%	34.4%	10.8%	1.4%	0%
4.	Setelah mengikuti @literarybase saya menjadi lebih sering membeli buku, baik yang baru maupun preloved (bekas)	30.2%	29.5%	29.9%	9.7%	0.7%
5.	Saya mengetahui bagaimana cara merawat buku dengan benar setelah mengikuti @literarybase	20.5%	46.9%	26.7%	5.9%	0%
6.	Setelah mengikuti @literarybase, jumlah daftar buku untuk saya baca (<i>to be read</i>) selalu meningkat	52.8%	30.9%	12.8%	2.8%	0.7%
7.	Setelah mengikuti @literarybase, jumlah total buku yang saya baca selalu meningkat	35.8%	35.4%	21.9%	6.3%	0.7%

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel 3. *Fostering Situational Interest*

No.	Pernyataan	SL	SR	KD	JR	TP
1.	Saya pernah merekomendasikan buku bacaan melalui <i>menfess</i> di @literarybase	22.6%	25%	16.3%	29.9%	6.3%
2.	Saya pernah membuka diskusi buku dengan tema tertentu di @literarybase	2.4%	13.9%	24.7%	48.3%	10.8%
3.	Saya pernah merekomendasikan judul buku dengan tema tertentu ketika ada yang meminta rekomendasi di @literarybase	34%	39.6%	11.1%	11.8%	3.5%
4.	Saya pernah meminta rekomendasi buku melalui <i>menfess</i> kepada pengikut @literarybase lainnya	27.4%	21.2%	15.3%	28.1%	8%
5.	Saya pernah sengaja mencari teman/mutual baru dengan bacaan yang serupa melalui @literarybase (mis. Mencari mutual yang sama-sama menyukai bacaan dengan tema sejarah)	24.7%	27.1%	16.7%	26%	5.6%

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel 4. *Selecting Texts with Interest-Enhancing Elements*

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Setelah mengikuti @literarybase, saya menjadi tahu bahwa ada tempat membaca gratis seperti iPusnas dan situs web Riveted by simon teen	50.3%	33.7%	10.4%	3.8%	1.7%
2.	Setelah mengikuti @literarybase, saya menjadi tahu di mana saja saya bisa berlangganan buku elektronik seperti Gramedia Digital dan Scribd	50.3%	33.3%	11.1%	3.1%	2.1%
3.	Setelah mengikuti @literarybase, saya menjadi lebih memahami perbedaan buku fisik, buku elektronik, dan audiobook	35.1%	30.2%	23.6%	7.6%	3.5%
4.	Setelah mengikuti @literarybase, saya menjadi tahu informasi mengenai perangkat e-reader seperti Kindle dan Kobo	41.3%	37.2%	12.2%	7.3%	2.1%
5.	Setelah mengikuti @literarybase, kebutuhan informasi saya berkenaan dengan literasi dan sastra menjadi terpenuhi	34%	47.2%	16.3%	1.4%	1%

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel 5. *Teaching Interest Self-Regulation Strategies*

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengenal <i>reading tracker</i> seperti Notion, Goodreads dan Readerly setelah mengikuti @literarybase	26.4%	37.5%	19.1%	13.2%	3.8%
2.	Saya semakin memahami cara menggunakan <i>reading tracker</i> seperti Notion, Goodreads dan Readerly setelah mengikuti @literarybase	20.1%	34.7%	26%	15.3%	3.8%
3.	Saya semakin memahami aplikasi untuk <i>review</i> buku seperti Goodreads dan Readerly setelah mengikuti @literarybase	23.3%	37.8%	23.6%	12.5%	2.8%
4.	Saya menjadi lebih aktif melakukan <i>review</i> buku di aplikasi Goodreads dan Readerly setelah mengikuti @literarybase	12.5%	17.7%	33%	30.2%	6.6%
5.	Saya menjadi lebih paham bagaimana menyortir buku sesuai kategori yang didapatkan dari hasil rekomendasi pengikut lainnya di aplikasi seperti Goodreads dan Notion setelah mengikuti @literarybase	16.3%	29.5%	35.4%	14.9%	3.8%

Sumber: Data primer diolah tahun 2021