

PENGARUH FEED @INDOZONE.ID DENGAN TAGLINE #KAMUHARUSTAHU TERHADAP MINAT BACA GENERASI Z DI KOTA BOGOR

Regi Adi Putra¹, Sardi Duryatmo², Muhammad Reza³
^{1,2,3} Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

*) Surel Korespondensi: regi151506@gmail.com

Kronologi Naskah: dikirim 12 Oktober 2023, direvisi 25 November 2023, diputuskan 10 Desember 2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh data Feed @indozone.id Dengan Tagline #kamuharustahu terhadap Minat Baca Generasi Z di Kota Bogor. Penelitian kuantitatif deskriptif ini dengan menggunakan metode analisis regresi yang bertujuan mencari pengaruh dari variabel feed indozone.id (X) terhadap variabel minat baca (Y). Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bogor salah satu kota yang minat bacanya masih rendah menurut survei dari Kementerian Pendidikan Nasional. Teknik pengambilan data menggunakan kuisioner dengan skala likert serta nonprobability sampling, yang bertujuan untuk mengkategorisasi responden agar yang mengisi kuisioner adalah orang yang membaca indozone.id, dengan metode snowball sampling yang bertujuan untuk menjangkau populasi (N). Hasil penelitian ini mempunyai nilai signifikansi (sig) sebesar 0,001 yang artinya mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Feed Indozone (X) dengan minat baca (Y) dengan besaran pengaruh sebesar 81,3%. Feed Indozone.id mempunyai pengaruh positive terhadap minat baca generasi Z. Feed indozone.id yang mengalami kenaikan sebesar 1% akan di ikuti oleh kenaikan minat baca sebesar 52%, dikarenakan desain post Instagram di indozone.id dibuat sepraktis mungkin agar pembaca lebih mudah memahami isi pemberitaan. Serta sesuai dengan teori uses and effect saat Feed dapat menghasilkan suatu efek yang disebut minat baca. Jika diperoleh dari data yang diperoleh peneliti, coseffect dapat diperoleh dari Feed Indozone.id dan penggunaan media yang berarti menggunakan Instagram dengan feed tertentu dapat memberikan efek minat baca.

Kata Kunci: Media sosial, Minat baca, Pengaruh, Tagar

Abstract

This study aims to determine the influence of @indozone.id Feed data with the #kamuharustahu tagline on Generation Z's Reading Interest in Bogor City. This descriptive quantitative research uses regression analysis methods that aim to find the influence of feed indozone.id variables (X) on reading interest variables (Y). This research was conducted in Bogor City, one of the cities where interest in reading is still low according to a survey from the Ministry of National Education. The data collection technique uses a questionnaire with a Likert scale and nonprobability sampling, which aims to categorize respondents so that those who fill out the questionnaire are people who read indozone.id, with the snowball sampling method that aims to reach the population (N). The results of this study have a significance value (sig) of 0.001 which means that it has a value smaller than 0.05, it can be concluded that there is an influence between Indozone Feed (X) and reading interest (Y) with an influence of 81.3%. Feed Indozone.id has a positive influence on the reading interest of generation Z. Feed indozone.id which has increased by 1% will be followed by an increase in reading interest by 52%, because the design of Instagram posts on indozone.id is made as practical as possible so that readers more easily understand the content of the news. And in accordance with the theory of uses and effects when Feed can produce an effect called reading interest. If obtained from data obtained by researchers, coseffect can be obtained from Feed Indozone.id and media use which means using Instagram with certain feeds can influence reading interest.

Keywords: Hashtags, Influence, Reading interest, Social media

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, membuat peran media informasi dan komunikasi menjadi salah satu hal yang penting bagi setiap orang. Perkembangan media yang sangat cepat mengakibatkan media-media arus utama seperti media cetak beralih ke media baru seperti website dan media sosial. Hal ini dilakukan media sebagai bentuk bertahan dari perkembangan teknologi informasi.

Menurut Iskandar (2018:1) kehadiran internet mengubah perkembangan media massa. Menurutnya internet memicu dua perubahan mendasar yaitu, proses perubahan jurnalistik termasuk digitalisasi, dan perubahan bentuk format organisasi media. Organisasi media kini tidak berdiri sendiri namun menjadi suatu kesatuan dalam internet. Maka dari itu media cetak dan elektronik menyertainya dengan bentuk berita online. Hal ini sesuai dengan istilah konvergensi media.

Menurut Iskandar (2018:4) konvergensi media memungkinkan media konvensional, juga memiliki media sosial. Media sosial yang sebelumnya merupakan ajang kreasi dan kebebasan individu, ketika diambil alih atau diciptakan oleh media konvensional atau media grup dapat menghasilkan sebuah keuntungan. Dengan begitu media-media tersebut dapat bertahan dari krisis tersebut.

Penyebaran media sosial di Indonesia juga tergolong cepat. Hal ini terdapat dalam data pengguna media sosial dari tahun 2014 sampai 2022 yang selalu mengalami peningkatan.

Masyarakat Indonesia dalam menggunakan media sosial tidak hanya menggunakannya untuk berkomunikasi dengan orang yang jauh. Fungsi media sosial lebih dari itu media sosial memiliki fungsi yang beragam, salah satunya berkoreasi atau sekedar membagikan informasi kepada masyarakat luas. Melalui media sosial masyarakat juga bisa mendapatkan informasi berupa berita dari media sosial. Hal ini sesuai dengan survei dari Katadata Insight Center (KIC) yang menunjukkan 76 persen responden memilih media sosial sebagai sumber informasi yang mudah diakses.

Media sosial yang paling banyak di gunakan di Indonesia Instagram menempati peringkat kedua dengan persentase 84,8 persen dari jumlah populasi. Selain itu Instagram pada satu tahun pertama kemunculannya, mendapat pencapaian jumlah unduhan mencapai 10 juta dan terus mengalami peningkatan secara terus-menerus hingga saat ini.

Menurut Atmoko (2012:64) instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Melalui judul atau caption foto bisa memberikan kesenangan tersendiri, karena pengguna bisa berkreasi dengan merangkai kata yang akan memikat banyak orang ataupun keterangan yang akan memperkuat arti dari foto tersebut. Kemudian komentar adalah bagian interaksi yang membuat lebih hidup dan personal. Pengguna lain bisa memberikan feedback secara langsung kepada komunikator yang mengunggah foto tersebut.

Salah satu media yang menggunakan Instagram sebagai penyebar informasi adalah @Indozone.id. @Indozone.id pertama kali berdiri lewat media sosial Instagram pada 18 September 2014 dengan tagar #KAMUHARUSTAU. @Indozone.id merupakan media yang dikhususkan untuk para anak muda terutama generasi z. pada 5 November 2022 pengikut @Indozone.id ada 4.6 Juta akun dengan jumlah postingan sebanyak 106 ribu. Peneliti memilih @Indozone.id karena akun Instagram @Indozone.id merupakan akun Instagram dengan pencapaian yang luar biasa @Indozone.id mendapatkan penghargaan

#1 Indonesia Instagram Account (2017-2018 Bestnine). Hal ini membuktikan bahwa Indozone.id selalu berkomitmen memberikan informasi yang bermanfaat.

Instagram @Indozone.id juga merupakan salah satu pelopor dalam menyampaikan informasi menggunakan postcard information sehingga informasi yang disajikan ringkas tetapi tidak mengurangi isi dari informasi tersebut. Selain itu indozone mempunyai target pasar gen z dikarenakan pada website resmi Indozonenya terdapat kata “The Most Engaging Media For Millennials and Gen-Z” yang memiliki arti bahwa “Media Paling Menarik Untuk Milenial dan Gen-Z”

Perbedaan antara @Indozone.id dengan media media lainnya seperti @Detikcom, @kompascom, dan @cnnindonesia terletak pada isi berita yang disajikan. Jika @Indozone.id umumnya berisi pemberitaan tentang lifestyle atau gaya hidup, sedangkan pada media lainnya seperti @Detikcom, @kompascom, dan @cnnindonesia memiliki isi berita lebih ke hard news, namun tidak menutup kemungkinan media tersebut juga terdapat beberapa berita lifestyle.

Menurut Uba (2018:90) media sosial dapat memberi pengaruh yang lebih kuat dibandingkan media lainnya karena adanya kekuatan audio visual yang menyentuh segi kejiwaan pengguna. Oleh karena itu, media-media yang disebutkan pada paragraf sebelumnya menggunakan thumbnail yang kurang lebih sama seperti menggunakan postcard information dengan foto yang disertai lead atau judul berita yang menarik sehingga menimbulkan minat untuk membaca walau hanya pada feed. Selain itu pada video pun juga sama umumnya orang akan melihat videonya saja tanpa membaca deksripsi dari video tersebut sebagai informasi tambahan.

Feed Indozone.id juga terdapat tagline #KAMUHARUSTAHU tagline itu seakan akan membuat kita untuk merasa ingin mengetahui berita tersebut. Hal ini sesuai dengan salah satu efek komunikasi massa yaitu kognitif. pada efek ini pembaca menjadi tahu tentang sebuah informasi pada feed indozone.id.

Pada penelitian terdahulu yang berjudul Dampak Media Sosial Terhadap Minat Baca Siswa SMA Negeri 1 Ile Ape di Kabupaten Lembata ditemukan bahwa media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Line, Instagram dan aplikasi lainya yang sering digunakan, remaja hampir setiap hari tidak lepas dari Smartphone membuat kegiatan membaca siswa sangat memperhatikan karena dengan kesibukan bermain gadget atau media sosial, sehingga berdampak pada minat baca siswa seperti di waktu belajar berkurang. Menurut survei Kementerian Pendidikan dan kebudayaan, minat baca pelajar di daerah luar DKI Jakarta masih rendah, termasuk salah satunya Kota Bogor.

Minat baca yang rendah mengakibatkan literasi yang rendah karena literasi yang rendah dapat mengakibatkan masalah pada remaja. Menurut Mendrofa (2021:7) ada 3 masalah yang sering terjadi pada remaja di era digital mulai dari, kecanduan internet, game online, penyebaran berita hoaks dan sara, perubahan sikap (attitude), pengaruh psikologi (sosial media). Dengan begitu remaja sangat mudah terjerumus dengan berita-berita yang kurang baik, remaja belum bisa menilai apa yang baik untuk mereka terutama dalam mengkonsumsi berita selain itu berita yang tersebar juga tidak di cek kebenarannya. Jika seorang jurnalis akan mengecek keberimbangan berita yang diterimanya dengan melihat sumber atau referensi lain.

Berdasarkan hal-hal tersebut, peneliti tertarik dan berinisiatif guna melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Feed @indozone.id dengan Tagline #kamuharustahu Terhadap Minat Baca Generasi Z di Kota Bogor”. Mengapa penelitian ini penting untuk

dilakukan? Dikarenakan penelitian ini menyangkut remaja atau generasi Z yang saat ini masih banyak belajar terutama banyak data yang menyebutkan minat baca remaja sangat rendah hal ini mengacu pada literasi digital yang harus ditanamkan pada diri masing-masing saat internet sudah berkembang pesat. Selain itu Indozone.id merupakan media yang targetnya pada generasi z tentu ini menjadi tanggung jawab yang besar bagi media itu.

Berdasarkan fenomena di atas, penelitian terbagi menjadi dua variabel. Feed @indozone.id dengan Tagline #kamuharustahu (X) dan minat baca generasi Z di Kota Bogor (Y). Peneliti ingin meneliti apakah Feed @indozone.id memiliki pengaruh terhadap minat literasi. Penelitian mempergunakan teori uses and effect dalam mengonsumsi feed Indozone.id apakah bisa memengaruhi minat baca pada masyarakat khususnya generasi Z. Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat sebagai berikut, bagaimana feed @indozone.id terhadap generasi Z di Kota Bogor, bagaimana minat baca generasi Z di Kota Bogor dan apakah terdapat pengaruh feed @indozone.id dengan tagline #kamuharustahu terhadap minat baca generasi Z di Kota Bogor? Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh data Feed @indozone.id Dengan Tagline #kamuharustahu terhadap Minat Baca Generasi Z di Kota Bogor.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan adalah analisis pengaruh (regresi). Regresi adalah bentuk analisis data yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak. Untuk menganalisis pengaruh, peneliti menggunakan analisis statistik deskriptif.

Menurut Sugiyono (2013:147) analisis statistik deskriptif merupakan metode penelitian yang bersifat menggambarkan kenyataan atau fakta yang sesuai dengan data yang diperoleh. Dengan begitu pendekatan kuantitatif lebih memahami situasi, menafsirkan serta menggambarkan suatu peristiwa atau fenomena keadaan objek yang terjadi. Penelitian juga bersifat objektif. Peneliti menggunakan pendekatan metode survei secara daring dengan responden pembaca atau followers indozone.id. Dengan perhitungan sampel menggunakan rumus Morgan and kreje peneliti mendapatkan responden sebanyak 155.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Karakteristik dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan lama membaca. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh peneliti yang disebarkan kepada secara online kepada masyarakat Kota Bogor.

Pembaca Indozone aktif dalam membaca berita atau dapat dikatakan selalu mengikuti pemberitaan di Indozone.id. dikarenakan frekuensi terakhir membaca Indozone paling banyak ada di 1 hari yang lalu dengan presentase 35%. membaca berita dalam satu hari sebanyak 1 – 2 kali sehari dengan jumlah responden 76% dari sampel, sehingga kita bisa tahu bahwa pembaca berita tidak hanya mengakses berita saja dalam Instagram. pembaca Indozone dalam membaca berita di media Indozone.id memiliki lama membaca 5 – 10 menit dengan presentase 45%. Hal ini tentu saja berkaitan dengan

konten atau postingan dari feed indozone.id merupakan berita yang singkat namun tidak mengurangi isi berita.

Pembaca Indozone.id mayoritas berusia 20 - 24 tahun dengan persentase sebesar 60%. Maka dapat dikatakan bahwa pembaca indozone rata rata adalah remaja yang menginjak usia dewasa. pembaca indozone.id mayoritas perempuan, memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa mengingat generasi Z saat ini masih masih dalam status pelajar/mahasiswa. Mayoritas responden merupakan tamatan SMA hal ini mengacu pada pekerjaan mereka pada tabel sebelumnya yang mengungkap bahwa lebih banyak pelajar atau mahasiswa.

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner dan pengolahan data pada penelitian ini dapat dilihat pada pengujian nilai rata-rata dan pengujian asumsi klasik sebagai uji prasyarat sebelum menggunakan analisis regresi sederhana.

Nilai rata-rata digunakan untuk mengetahui persepsi responden terhadap aspek dari variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil nilai rata-rata pada penelitian ini diambil dari variabel berita (X) dan minat menonton (Y) untuk setiap indikatornya yang akan dijelaskan pada tabel di bawah.

Tabel 1. Hasil Nilai Rataan Variabel Feed Indozone.id (X)

Indikator Feed Indozone.id (X)	Nilai Rata-Rata	Ket
Layout	3,36	Tinggi
Gambar	3,42	Sangat Tinggi
Warna	3,4	Sangat Tinggi
Copy Writing	3,44	Sangat Tinggi
Call to Action	3,36	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2023

Mayoritas responden sepakat bahwa indozone.id memiliki desain post yang lengkap terdapat banyak unsur desain serta kalimat yang dapat mempengaruhi pembaca agar membaca atau menyimak feed tersebut. Dengan begitu generasi Z lebih mudah terpengaruh oleh informasi dengan desain postcard information.

Tabel 2. Hasil Nilai Rataan Variabel Minat Membaca (Y)

Indikator Minat baca (Y)	Nilai Rata-Rata	Ket
Kesenangan membaca	3.4	Sangat Tinggi
Kesadaran akan manfaat bacaan	3.38	Tinggi
Kuantitas sumber bacaan	3,28	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2023

Mayoritas responden memiliki minat baca yang tinggi setelah melihat desain unggahan atau feed indozone.id. Selain itu responden percaya akan sumber bacaan yang dibacanya. Sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana diperlukan uji asumsi klasik. Uji ini harus memenuhi asumsi-asumsi klasik yang mendasari model tersebut. Hal ini diperlukan agar regresi dapat digunakan dengan baik. Selain itu uji asumsi klasik lah yang menentukan apakah data dapat digunakan dengan benar, artinya data tidak bersifat mencurigakan.

Uji linearitas merupakan salah satu dari beberapa syarat yang harus terpenuhi. Linearitas merupakan sifat hubungan yang linear antar variabel. Artinya setiap perubahan yang ada pada satu variabel akan diikuti oleh perubahan yang besar.

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel hasil uji di SPSS, bisa dilihat bagian bagian *Deviation from linearity* atau nilai signifikansi sebesar $0,585 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel Feed indozone.id (X) dengan variabel minat baca (Y). Hubungan linear di sini dapat dijelaskan saat variabel Feed Indozone.id (X) mendapat peningkatan maka peningkatan tersebut akan di ikuti oleh variabel minat baca (Y).

Uji linearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui bahwa data yang diambil berasal dari distribusi yang normal atau tidak. Berdasarkan hasil uji linearitas peneliti menggunakan KolmogrovSmirnov, pada bagian Sig atau signifikansi terdapat hasil 0,075 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dengan variabel terikat saling berdistribusi, karena melebihi kriteria uji normalitas, jika sig lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana maka didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y=6,870 + 0,525$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,870; artinya jika Feed Indozone.id (X) nilainya adalah 0, maka Minat Baca (Y) nilainya sebesar 6.870.
2. Koefisien regresi variabel Feed Indozone.id (X) sebesar 0,525 artinya jika Feed Indozone.id (X) mengalami kenaikan sebesar 1% maka minat baca (Y) akan meningkat sebesar 0,525 (52%) karena koefisien bernilai positif, artinya terjadi pengaruh yang positif antara Feed Indozone.id terhadap minat baca, karena semakin baik Feed Indozone.id maka akan semakin meningkat pula minat baca gen Z.

Berdasarkan hal tersebut Feed Indozone.id mempunyai pengaruh positif terhadap minat baca generasi Z. Feed indozone.id yang melonjak sebesar 1% akan diikuti oleh kenaikan minat baca sebesar 52%. Hal ini memiliki arti bahwa desain unggahan yang ada di Feed Indozone.id semakin baik mengikuti unsur desain yang ada, maka minat baca generasi Z juga ikut meningkat sehingga timbul kemauan dan kesesangan ketika membaca Feed Indozone.id.

Berdasarkan hal tersebut Feed Indozone.id mempunyai pengaruh positif terhadap minat baca generasi Z. Feed Indozone.id yang meningkat sebesar 1% akan di ikuti oleh kenaikan minat baca sebesar 52%. Hal ini memiliki arti bahwa desain post yang ada pada Feed Indozone.id mempunyai desain yang semakin baik mengikuti unsur desain. Oleh karena itu minat baca generasi Z juga ikut meningkat sehingga timbul kemauan dan kesesangan ketika membaca Feed Indozone.id. Uji hipotesis pada penelitian ini

menggunakan uji T yang bertujuan mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan cara parsial (sendiri-sendiri).

Berdasarkan hasil uji T, diketahui nilai signifikansi (sig) variabel Feed Indozone.id (X) mendapatkan hasil sebesar 0,001. Artinya mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Feed Indozone (X) dengan minat baca (Y). Diketahui T hitung sebesar Feed Indozone.id (X) sebesar 25,878 artinya jika t hitung mempunyai nilai lebih besar dari t tabel 1,975 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a dapat diterima atau dengan kata lain variabel Feed indozone.id (X) berpengaruh terhadap variabel minat baca (Y).

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, dapat diketahui nilai koefisien determinasi (*r square*) adalah 0,813 atau sama dengan 81,3%. Angka tersebut mempunyai arti bahwa Feed Indozone.id (X) berpengaruh terhadap variabel minat baca (Y) sebesar 81,3% sedangkan sisanya ($100\% - 81,3\% = 18,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti. Jadi, besaran pengaruh dari Feed Indozone.id terhadap minat baca adalah 81,3%. Tentunya hal ini mengacu pada pengaruh yang diakibatkan dari desain post feed indosone.id.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh feed Indozone.id dengan tagline #kamuharustahu terhadap minat baca generasi Z di Kota Bogor maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut,

1. Feed indozone.id memiliki lima indikator, berdasarkan data sebaran hasil kuisioner pada masing masing indikator yaitu, yaitu layout memiliki jawaban 3.36 dengan keterangan sangat tinggi, indikator gambar memiliki jawaban 3.42 dengan keterangan sangat tinggi, Indikator warna memiliki nilai 3.40 dengan keterangan sangat tinggi, indikator copy writing memiliki nilai sebesar 3.44 dengan keterangan sangat tinggi, dan indikator call to action memiliki nilai sebesar 3.36 dengan keterangan sangat tinggi. Mayoritas responden sepakat bahwa indozone.id memiliki desain unggahan yang lengkap terdapat banyak unsur desain serta kalimat yang dapat mempengaruhi pembaca agar membaca atau menyimak feed tersebut. Dengan begitu generasi Z lebih mudah terpengaruh oleh informasi dengan desain postcard information.
2. Minat baca memiliki tiga indikator, berdasarkan data sebaran kuisioner pada masing masing indikator yaitu, kesenangan membaca memperoleh nilai 3.40 dengan keterangan sangat tinggi, indikator kesadaran akan manfaat bacaan memperoleh nilai 3.38 dengan keterangan sangat tinggi, dan indikator kuantitas sumber bacaan memperoleh nilai 3.28 dengan keterangan sangat tinggi. Mayoritas responden memiliki minat baca yang tinggi setelah melihat desain post atau feed indozone.id, selain itu responden percaya akan sumber bacaan yang dibacanya.
3. Hasil uji T penelitian ini mempunyai nilai signifikansi (sig) variabel Feed Indozone.id (X) mendapatkan hasil sebesar 0,001 yang artinya mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara

Feed Indozone (X) dengan minat baca (Y). Pengaruh feed indozone.id terhadap minat baca generasi Z di Kota Bogor dapat disimpulkan bahwa Media dengan feed indozone.id berperan penting dalam meningkatkan minat baca generasi Z dikarenakan generasi Z lebih suka informasi dalam bentuk menarik seperti feed terhadap minat baca generasi Z dengan besaran pengaruh sebesar 81,3%. Feed Indozone.id mempunyai pengaruh positive terhadap minat baca generasi Z. Feed indozone.id yang mengalami kenaikan sebesar 1% akan di ikuti oleh kenaikan minat baca sebesar 52%, hal ini memiliki arti bahwa desain post yang ada pada Feed Indozone.id mempunyai desain yang semakin baik mengikuti unsur desain yang ada maka minat baca generasi Z juga ikut meningkat sehingga timbul kemauan dan kesesangan, dan kesadaran akan manfaat bacaan ketika membaca Feed Indozone.id.

Saran

1. Kepada generasi Z atau remaja di Kota Bogor agar selalu rajin membaca tidak hanya memperoleh informasi dari media sosial saja melainkan dari media lain juga sehingga dapat memperluas wawasan generasi penerus bangsa.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih bisa mengembangkan penelitian yang telah peneliti lakukan sebagai mana mestinya, bukan hanya tentang feed indozone.id melainkan lebih menganalisis mendalam seperti menganalisis desain post yang lebih unik serta membandingkannya dengan post card information seperti feed punya indozone.id ini. selain itu bisa menganalisis minat membacanya lebih mendalam.
3. Kepada pihak indozone.id harus dipertahankan memberikan informasi informasi yang bermanfaat bagi remaja, meskipun feed indozone.id bagus namun peneliti lebih menyarankan dikembangkan lagi feed indozone.id agar lebih kreatif dari sebelumnya agar tampilan menjadi lebih bagus serta membuat remaja tidak bosan dengan feed yang itu it uterus.

REFERENSI

- Alfirahmi. (2019). Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Jurnal Lugas*, 3(2580-8338. E-ISSN 2621-1564), 27–28.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Dalman, H. (2014). *Keterampilan Menulis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Dijk, van. (2013). The Network Society. In *The Network Society*. Sage Publications.
<https://doi.org/10.4337/9781845421663>
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Perdana Media Group.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Social Work Jurnal*, 10(10.24198/share.v10i2.31443), 199.
<http://jurnal.unpad.ac.id/share/article/view/31443/15062>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). ‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*. <https://www.mckinsey.com/industries/con>
- Gozali, L. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan

- Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). *Komunikasi Massa*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hariyanto, D. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Umsida Press.
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi Media ; Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*. Andi.
- Kusuma, V. A. (2021). Pengaruh Terpaan Konten Instagram @Folkative Terhadap Minat Literasi Bagi Followers. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 27.
- Mendrofa, W. P. (2021). Dampak literasi Digital Bagi Remaja. *Sekolah Tinggi Agama Kristen Terpadu Pesat Salatiga*, 7. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Nasrullah, rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers.
- Nurjaman, Kadar dan Umam, K. (2012). *Komunikasi dan Public Relations*. Pustaka Setia.
- Oktaresiyanti, S. (2019). Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 222.
- Paramita, D. R. W. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Prajarini, D., & Sayogo, D. (2021). Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Umkm Kedai Kopi di Kabupaten Sleman. *Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 07, 190–191.
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/4139>
- Priyanto, D. (2013). *Analisis Kolerasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Gaya Media.
- Rani, N. L. R. M. (2013). Persepsi Jurnalis dan Praktisi Humas terhadap Nilai Berita. *Ilmu Komunikasi*, 10, 88. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/155>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS*. Kencana Perdana Media Grup.
- Solihat, M., Melly, M., & Solihin, O. (2014). *Interpersonal Skill Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*. Penerbit Rekayasa Sains.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Affabeta, CV.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi, Cetakan ke-1*. Pustaka Baru Perss.
- Uba, N. (2018). Dampak Media Sosial Terhadap Minat Baca Siswa Sma Negeri 1 Ile Ape di Kabupaten Lembata. *Universitas Muhammadiyah Makassar*, 2(1), 90.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11* (11th ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Wulansari, D. (2021). *Media Massa & Komunikasi*. Mutiara Aksara.
- Riyanto, Andi Dwi. 2020. “Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022”, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, Diakses Pada 24 Oktober 2022.
- Pusparisa, Yosepa. 2020. “Masyarakat Paling Banyak Mengakses Informasi dari Media

- Sosial”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/masyarakat-paling-banyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial>, diakses Pada 24 Oktober 2022.
- Badan Pusat Statistik Kota Bogor. 2021. “Penduduk Kota Bogor Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2014-2021”, <https://bogorkota.bps.go.id/indicator/12/31/1/penduduk-kota-bogor-berdasarkan-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>, 27 November 2022.
- Sekretariat Daerah Kota Bogor. 2021. “Setda Kota Bogor” <https://setda.kotabogor.go.id/index.php/welcome/profil>, diakses pada 20 Mei 2023.
- Indozone.id. 2023. “Tentang Kami” <https://www.indozone.id/tentang-kami>, diakses pada 18 Mei 2023.
- Rahmawati. 2016. “Survei: Minat Baca Pelajar Kota Bogor Rendah” <https://megapolitan.antarane.ws.com/berita/22777/survei-minat-baca-pelajar-kota-bogor-rendah>, diakses 27 Oktober 2022.
- Kotabogor.go.id. 2021. “Letak Geografis Kota Bgor” <https://kotabogor.go.id/index.php/page/detail/9/letak-geografis>. Diakses pada tanggal 18 Mei 2023.