

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara generasi muda, termasuk mahasiswa, mengakses dan berinteraksi dengan informasi. Media sosial seperti Instagram, Twitter (X), dan TikTok kini bukan hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, melainkan juga sebagai ruang untuk memperoleh informasi, hiburan, dan refleksi diri. Di tengah gempuran konten visual, teks pendek seperti caption justru semakin menonjol karena kemampuannya menyampaikan pesan secara ringkas namun penuh makna.

Caption tidak lagi sekadar pelengkap gambar atau video, tetapi telah berevolusi menjadi bentuk ekspresi yang sarat makna. Banyak pengguna media sosial yang menulis caption dengan gaya puitis, naratif, atau reflektif menyerupai micro-narasi, yaitu cerita singkat yang memiliki struktur naratif meskipun hanya terdiri dari beberapa kalimat. Bentuk teks ini mirip dengan konsep microfiction, yakni cerita pendek yang mampu menyampaikan konflik atau pesan emosional secara padat (Dinata dkk., 2023). Caption semacam ini menjadi bagian dari praktik literasi digital yang semakin berkembang.

Di sisi lain, minat baca di Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan data UNESCO (2024), dari setiap 1000 orang Indonesia, hanya satu orang yang membaca secara aktif. Laporan dari Perpustakaan Nasional RI juga menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat Indonesia lebih tertarik membuka media sosial atau menonton video dibanding membaca buku. Realitas ini menimbulkan kekhawatiran, terutama di lingkungan akademik seperti perguruan tinggi, tempat budaya membaca seharusnya tumbuh subur.

Namun, kehadiran caption yang memuat unsur naratif atau reflektif dapat menjadi jembatan antara dunia digital dan budaya baca. Konten semacam ini bersifat ringan, mudah diakses, dan dapat menarik perhatian mahasiswa. Menurut Khoiroh dkk., (2024), teks pendek yang mengandung muatan emosional dan relevansi personal cenderung lebih mudah membangun ketertarikan membaca, terutama pada kalangan muda yang lebih akrab dengan pola konsumsi informasi cepat.

Pendekatan Uses and Gratifications Theory yang dikembangkan oleh Katz dkk. (1974) menunjukkan bahwa pengguna media aktif memilih konten yang sesuai dengan kebutuhan dan motivasinya — seperti untuk hiburan, identitas, dan informasi. Dalam hal ini, mahasiswa mungkin tertarik membaca caption karena merasa isinya relevan atau memberi dampak emosional. Selain itu, teori motivasi dari Ryan dan Deci (2000) menjelaskan bahwa ketika seseorang merasakan manfaat atau kepuasan dari suatu kegiatan, akan muncul dorongan untuk mengulanginya. Maka, jika membaca caption dianggap menyenangkan atau memberi makna, mahasiswa dapat terdorong untuk terus membaca konten sejenis atau bahkan mengeksplorasi bacaan yang lebih mendalam. Lebih jauh lagi, literasi modern tidak hanya merujuk pada kemampuan membaca teks panjang, tetapi juga mencakup keterampilan menafsirkan informasi digital secara kritis. Putri & Irhandayaningsih (2021) menyatakan bahwa memahami teks singkat seperti caption juga merupakan bagian dari literasi kontemporer yang penting. Oleh karena itu, interaksi mahasiswa dengan caption yang mengandung pesan naratif dapat dipahami sebagai bentuk praktik literasi digital yang sesuai dengan realitas media saat ini.

Melihat hal-hal di atas, penting untuk dikaji apakah penggunaan caption bermuatan micro-narasi di media sosial memiliki pengaruh terhadap minat baca mahasiswa. Terutama di lingkungan akademik seperti UIN Sayyid Ali Rahmatullah

Tulungagung, di mana mahasiswa diharapkan tidak hanya aktif dalam media sosial, tetapi juga berkembang dalam kemampuan literasinya.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan sejumlah permasalahan pokok sebagai berikut:

- a. Minat baca di kalangan mahasiswa masih tergolong rendah, padahal mereka berada di lingkungan pendidikan tinggi yang seharusnya mendukung tumbuhnya budaya literasi.
- b. Penggunaan media sosial telah menjadi aktivitas rutin bagi mahasiswa, namun lebih sering dimanfaatkan sebagai sarana hiburan daripada sebagai medium untuk membaca konten bermakna.
- c. Caption di media sosial yang mengandung narasi pendek atau refleksi pribadi (caption bermuatan micro-narasi) memiliki potensi sebagai sarana literasi alternatif, namun sejauh ini masih jarang dikaji secara akademis dari sisi pengaruhnya terhadap minat baca.
- d. Belum ada kepastian sejauh mana interaksi mahasiswa dengan caption bernuansa naratif berkontribusi terhadap peningkatan minat mereka untuk membaca.
- e. Diperlukan adanya penelitian yang secara khusus mengevaluasi apakah caption bermuatan micro-narasi dapat dijadikan strategi efektif untuk memperkuat budaya membaca di kalangan mahasiswa.

2. Batasan Penelitian

Agar ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini tetap fokus dan tidak meluas ke hal-hal di luar topik, maka batasan masalah ditetapkan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diarahkan secara spesifik pada penggunaan caption yang memuat micro-narasi, yaitu caption yang memiliki unsur cerita, refleksi, atau emosi, dan ditemukan pada platform seperti Instagram, Twitter (X), dan TikTok.
- b. Jenis caption lain yang bersifat informatif, promosi, atau deskriptif tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini.
- c. Sasaran penelitian dibatasi pada mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- d. Fokus minat baca dalam penelitian ini mencakup aspek frekuensi membaca, tingkat pemahaman terhadap isi bacaan, kecenderungan terhadap jenis bacaan tertentu, dan motivasi internal maupun eksternal untuk membaca — baik pada konten singkat maupun yang lebih mendalam.
- e. Kajian terhadap media sosial tidak dilakukan melalui analisis isi langsung (content analysis), melainkan berdasarkan tanggapan dan persepsi mahasiswa yang diperoleh melalui pengisian kuesioner.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat diambil rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh caption bermuatan microfiction pada platform media sosial dapat meningkatkan minat baca pada kalangan mahasiswa UIN Satu Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Sehingga tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh caption bermuatan microfiction pada platform media sosial dapat meningkatkan minat baca pada kalangan mahasiswa UIN Satu Tulungagung

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bahwa konten yang sederhana dan singkat seperti caption ternyata dapat menjadi bagian dari aktivitas membaca yang bermanfaat, sehingga mahasiswa lebih sadar untuk memilih dan memaknai teks digital secara kritis.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi awal untuk kajian lebih lanjut mengenai bentuk-bentuk teks singkat di media sosial dan peranannya dalam perkembangan budaya membaca, baik di tingkat pendidikan tinggi maupun masyarakat umum.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini terfokus dan tidak meluas ke hal-hal di luar batas kajian, maka ruang lingkup penelitian ditetapkan sebagai berikut:

1. Objek Kajian

Penelitian ini berfokus pada caption bermuatan micro-narasi, yaitu teks singkat yang terdapat pada media sosial (Instagram, Twitter/X, dan TikTok) yang memuat unsur naratif, reflektif, atau pesan emosional. Caption jenis ini dipahami sebagai bentuk konten digital yang berpotensi membangkitkan ketertarikan membaca.

2. Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel utama dalam penelitian ini:

- a. Variabel X: Penggunaan caption bermuatan micro-narasi di media sosial
- b. Variabel Y: Minat baca mahasiswa

Variabel ini dianalisis untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara keduanya.

F. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dipilih berdasarkan kriteria: aktif menggunakan media sosial, serta memiliki pengalaman dalam membaca atau mengakses caption dengan unsur naratif.

G. Cakupan Teoritis

Penelitian ini menggunakan landasan dari teori Uses and Gratifications, teori motivasi, dan teori literasi modern untuk menjelaskan hubungan antara konten media sosial dan minat baca dalam konteks generasi digital.

H. Batasan Metode

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada responden. Analisis dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan uji statistik. Penelitian ini tidak menganalisis isi konten media sosial secara langsung, melainkan fokus pada persepsi dan pengalaman mahasiswa terhadap caption yang mereka konsumsi.

I. Penegasan Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami arah dan ruang lingkup penelitian, berikut dijelaskan penegasan terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel X (Variabel Bebas): Penggunaan Caption Bermuatan Micro-Narasi di Media Sosial

Yang dimaksud dengan penggunaan caption bermuatan micro-narasi dalam konteks penelitian ini adalah aktivitas mahasiswa dalam membaca dan berinteraksi dengan caption di media sosial (seperti Instagram, Twitter/X, dan TikTok) yang mengandung unsur naratif, reflektif, atau emosional.

Caption yang dimaksud memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Ditulis secara singkat dan padat
- b. Memiliki pesan tersirat atau eksplisit yang menggugah
- c. Dapat mengandung elemen narasi seperti alur, konflik, atau tokoh
- d. Mengundang respons kognitif maupun afektif dari pembaca.

Variabel ini mencakup aspek frekuensi membaca caption, daya tarik gaya bahasa, relevansi tema dengan kehidupan mahasiswa, serta intensitas interaksi mahasiswa terhadap konten tersebut (misalnya menyukai, membagikan, atau menyimpan).

2. Variabel Y (Variabel Terikat): Minat Baca Mahasiswa

Minat baca mahasiswa dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan dan keinginan internal mahasiswa untuk melakukan aktivitas membaca secara sukarela, berkelanjutan, dan menyeluruh — baik terhadap konten singkat seperti caption, maupun potensi untuk membaca bacaan yang lebih panjang. Aspek yang diamati dalam variabel ini antara lain:

- a. **Frekuensi membaca** (seberapa sering mahasiswa membaca dalam kesehariannya)
- b. **Kedalaman membaca** (seberapa jauh mahasiswa memahami dan merenungkan isi bacaan)
- c. **Preferensi membaca** (ketertarikan terhadap jenis bacaan tertentu)
- d. **Motivasi membaca** (alasan internal atau eksternal yang mendorong mahasiswa untuk membaca).

Variabel ini akan diukur melalui persepsi mahasiswa terhadap pengalaman mereka dalam membaca caption bermuatan micro-narasi di media sosial.