

## Minat Baca Berita Generasi Y dan Z Melalui *Headline Instagram Carousel Liputan6.com*

Safira Salsabilla<sup>1</sup>, Kholis Ridho<sup>2</sup>, Suhaimi<sup>3</sup>

<sup>a</sup> UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia, [safirasalsabilla@gmail.com](mailto:safirasalsabilla@gmail.com)

<sup>b</sup> UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia, [kholis.ridho@uinjkt.ac.id](mailto:kholis.ridho@uinjkt.ac.id)

<sup>c</sup> UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia, [suhaimi@uinjkt.ac.id](mailto:suhaimi@uinjkt.ac.id)

*Artikel diterima: 05 Desember 2023; Diperbaiki: 29 Desember 2023; Disetujui: 30 Desember 2023*

**Abstract** – There are various personal reasons someone is interested in reading the news. Apart from the level of education, the abundance of information, generational differences, even production strategies and the appearance of news publications shape people's new habits in consuming news. There are those who believe that the appearance of news packaging influences interest in reading news and in other side interest in reading news depends on the substance of the content. This research tests whether there is an influence of the Liputan6.com headline carousel on generation Y and Z's reading interest in news content. Liputan6.com carousel content is posted on its official Instagram account. Carousel content is one of the results of technological developments in the field of journalism in terms of news publications. The carousel platform is relatively new because it was released in 2017 and is still used today. The theory used in this research is SOR proposed by Hovlan, Janis and Kelley. This theory assumes that the stimulation provided by the mass media in the form of news has an effect on the communicant. The research uses a quantitative approach with a questionnaire instrument. The data results were processed using Simple Linear Regression Test statistics to find the influence of the carousel headline and the quality of the carousel content on the reading interest of generations Y and Z, both partially and simultaneously. Based on the research results, it can be concluded that there is an influence from carousel headlines on generation Y and Z's reading interest in Instagram @liputan6 carousel content of 39.4%.

**Keywords:** *Carousel Content, Headlines, Interest in Reading News, Online Journalism*

**Abstrak** – Ada beragam alasan personal seseorang berminat membaca berita. Selain tingkat pendidikan, keberlimpahan informasi, perbedaan generasi, bahkan strategi produksi dan tampilan publikasi berita juga membentuk kebiasaan baru masyarakat dalam mengonsumsi berita. Ada yang berpandangan tampilan kemasan berita memengaruhi minat baca berita dan sebaliknya minat baca berita bergantung pada substansi kontennya. Riset ini menguji apakah terdapat pengaruh *headline carousel Liputan6.com* terhadap minat baca generasi Y dan Z pada konten pemberitaannya. Konten *carousel Liputan6.com* ditempatkan di akun instagram resminya. Konten *carousel* merupakan salah satu hasil perkembangan teknologi di bidang jurnalisme dalam hal publikasi berita. *Platform carousel* terbilang baru karena dirilis pada 2017 dan masih digunakan hingga kini. Teori yang digunakan adalah S-O-R yang dikemukakan oleh Hovlan, Janis dan Kelley. Teori ini berasumsi bahwa rangsangan yang diberikan oleh media massa berupa pemberitaan menimbulkan efek kepada komunikan. Riset menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen kuesioner. Hasil data diolah menggunakan statistik uji regresi linear sederhana untuk mencari pengaruh *headline carousel* dan kualitas konten *carousel* terhadap minat baca generasi Y dan Z baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh dari *headline carousel* terhadap minat baca generasi Y dan Z pada konten *carousel* Instagram @liputan6 sebesar 39,4%.

**Kata Kunci:** *Konten Carousel, Headline, Minat Baca Berita, Jurnalisme Online*

**Permalink/DOI:** <http://doi.org/10.15408/jsj.v5i2.37336>

**Sitasi:** Salsabilla, S., et.al., (2023), *Minat Baca Berita Generasi Y dan Z Melalui Headline Carousel Liputan6.com*, *Jurnal Studi Jurnalistik* (5), 2, 132-139, doi:[10.15408/jsj.v5i2.37336](https://doi.org/10.15408/jsj.v5i2.37336)

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terbukti telah mengubah dan mengembangkan praktik jurnalisisme kontemporer. Perkembangan dimaksud sekurangnya pada perubahan tiga proses dasar jurnalisisme, yaitu pencarian data, produksi serta publikasi berita. Perubahan pola dan proses dari media sebagai institusi pers maupun jurnalis sebagai insan pers. Hal ini yang menimbulkan adanya ungkapan baru dalam dunia jurnalistik yaitu jurnalisisme digital.

Jurnalisisme online memandang teknologi dan manusia sebagai satu kesatuan dalam tatanan ini. Media digital dinilai sebagai hasil dalam teknologi di bidang jurnalistik yang berpengaruh pada bagaimana jurnalis dan ruang lingkup jurnalis bekerja.<sup>1</sup> Perkembangan digital merupakan kebutuhan di era masyarakat berjejaring saat ini. Informasi menjadi kebutuhan utama dan menggeser peran jurnalisisme tidak hanya sekadar menyajikan informasi, edukasi, hiburan, hingga kebutuhan masyarakat atas informasi.

Konten digital merupakan salah satu perluasan dari perkembangan digital saat ini. Dimana media sosial turut menjadi bagian melalui daya sebar informasi yang sangat kuat.<sup>2</sup> Media sosial merupakan bagian dari media baru yang memadupadankan *audio visual* dengan teknologi, sehingga berbeda dari media tradisional.<sup>3</sup> Instagram menjadi salah satu media sosial yang dipakai untuk penyebaran informasi. Dilansir dari [www.dataindonesia.id](http://www.dataindonesia.id) berdasarkan data Napoleon Cat, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 97,38 juta orang pada Oktober 2022. Platform digital berbasis fotografi dan videografi ini menjelma menjadi sebuah media penyebaran informasi dengan interaksi antar sesama didalamnya.

Berbagai fitur ditawarkan oleh Instagram untuk memudahkan para pengguna berselancar di aplikasi ini. Salah satu fitur yang rilis pada tahun 2017 yaitu fitur *carousel* dengan nilai tersendiri berhasil menarik minat pengikut. Hanya dengan satu kali unggahan dengan memadukan teks dan

audio visual hingga 10 halaman membuat fitur *carousel* dinilai efektif karena bisa menampilkan banyak informasi sekaligus. Informasi dalam konten *carousel* bisa divisualisasikan secara singkat melalui tiap halaman.<sup>4</sup>

Halaman pertama pada konten *carousel* seperti menjadi kunci dalam sebuah konten digital. Sama halnya seperti surat kabar, isi halaman pertama pada konten *carousel* dapat memberikan pengaruh kepada pembaca untuk melihat ke halaman selanjutnya. Diisi dengan teks berupa *headline*, lalu ditambah dengan bantuan visualisasi berupa gambar yang relevan dengan *headline* merupakan ciri dari konten *carousel*. *Headline* dalam sebuah berita adalah penggambaran dari keseluruhan isi berita.

Menurut Keraf<sup>5</sup>, terdapat tiga syarat pembuatan judul yang baik:

- 1) Judul harus relevan, artinya judul harus berkaitan dengan temanya, atau ada kesinambungan dengan beberapa bagian yang penting dari tema tersebut.
- 2) Judul harus provokatif, artinya judul dapat menimbulkan keingintahuan dari tiap pembaca terhadap isi buku atau informasi.
- 3) Judul harus singkat, artinya judul harus berbentuk kata atau rangkaian kata yang singkat.

Dalam konten digital, *headline* menjadi bagian terpenting karena sifatnya yang mampu menciptakan *call to action* kepada pengguna dengan memberikan rangsangan untuk keputusan melihat atau membaca seluruh isi daripada konten tersebut. Menurut Sinambela dalam Sandjaja (2005) minat baca merupakan suatu sikap positif dan adanya rasa keterkaitan dalam diri terhadap aktivitas membaca dan tertarik terhadap buku bacaan (dalam kajian ini adalah konten artikel dan berita). Onong Uchjana Effendy mengatakan para ahli komunikasi cenderung berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik menggunakan pendekatan *from Attention to*

<sup>1</sup> Mufti Nurlatifah, "Persimpangan Kebebasan Berekspresi dan Tanggung Jawab Sosial pada Regulasi Jurnalisisme Digital di Indonesia", *Jurnal Iptek-Kom*, Vol. 22, No. 1, 2020.

<sup>2</sup> Tuti Widiastuti, "Ethnomethodology Study of Digitalized Social Communication Apprehension among Basmala Youth Community", *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, Vol 5, No. 01, 2020, h. 42-51.

<sup>3</sup> Yuni Tresnawati, dan Kurniawan Prasetyo, "Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner

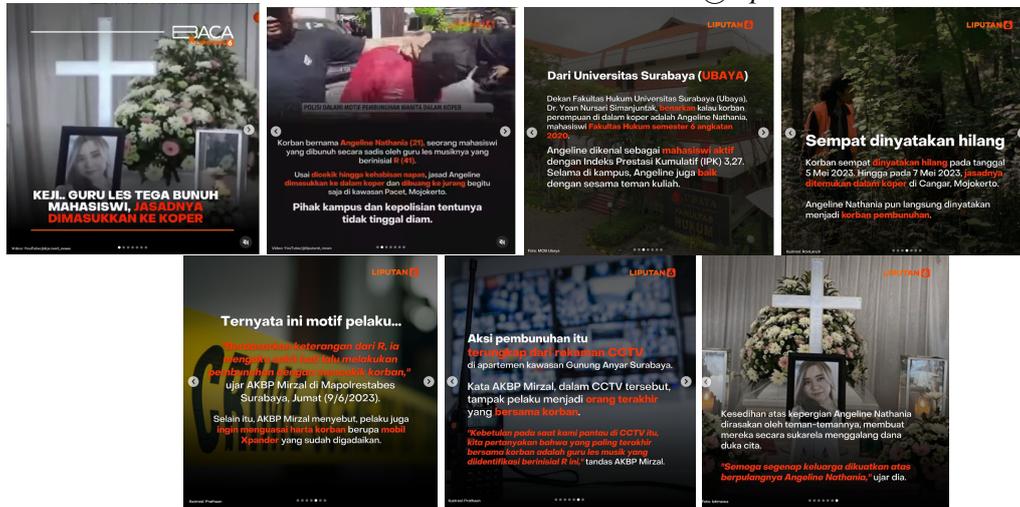
Kika's Catering di Media Sosial", *Jurnal Profesi Humas*, Vol. 3, No. 1, 2018, h. 105.

<sup>4</sup> Jordan Jiwantono, Listia Natadjaja, dan Daniel Kurniawan Salamoon, "Perancangan Desain Konten Sosial Media Tentang Sepak Bola Melalui Instagram Berbasis Microblog" *Jurnal DKV Adiwarna*, Vol. 18, No.1, 2021.

<sup>5</sup> Gorys Keraf, D. (2009). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, h. 129

Action Procedur atau AIDDA.<sup>6</sup> AIDDA merupakan akronim dari *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat atau keinginan), *Decision* (keputusan) dan *Action* (tindakan).

Gambar 1. Konten Carousel di Akun @Liputan6



Sumber: Instagram @Liputan6 9 Juni 2023

Gambar 2. Teori S-O-R



Sumber: Onong Uchjana Effendi, 2003:254

Pemanfaatan fitur *carousel* juga digunakan akun @liputan6 dan tidak jarang menuai perhatian dari komunikan berupa *likes* yang menandakan adanya proses komunikasi. Komunikasi akan berlangsung apabila ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikasi memahami isi pesan yang mana pemahaman ini yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolah dan memahami stimulus maka terjadi kesediaan untuk mengubah sikap.<sup>7</sup> Proses tersebut diperoleh dari stimulus (rangsangan) yang apabila ditolak maka stimulus tersebut tidak efektif memengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Sebaliknya, jika stimulus diterima oleh organisme atau komunikan berarti efektif. Saat stimulus telah mendapat perhatian akan dilanjutkan dengan proses mengolah stimulus yang kemudian menjadi kesediaan untuk bertindak. Dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus

tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).<sup>8</sup>

Paparan media atau konten pemberitaan terhadap individu-individu dapat memengaruhi respon dari para pengikut. Rosengren menjelaskan mengenai terpaan media yang dapat dibagi menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan.<sup>9</sup>

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan. Pengukuran frekuensi dapat dilihat dari berapa kali dalam seminggu khalayak menggunakan suatu media. Sedangkan pengukuran durasi menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa menit khalayak mengikuti suatu program.

<sup>6</sup> Effendy, O. U. 2000. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, h.104

<sup>7</sup> Onong Uchjana Effendi, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, h. 254.

<sup>8</sup> Onong Uchjana Effendi, h. 255-256.

<sup>9</sup> Jalaludin Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi, (Bandung: Rosdakarya, 2005), h. 66.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti bermaksud menguji apakah *headline carousel* memberikan stimulasi kepada pembaca sehingga memiliki minat untuk terus membaca keseluruhan halaman.

## B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode survei sendiri merupakan salah satu metode terbaik untuk pengumpulan data guna menjelaskan suatu populasi untuk diteliti.<sup>10</sup> Adapun peneliti ingin menjelaskan hubungan variabel minat baca berita generasi Y dan Z dalam membaca berita pada konten *carousel* Instagram. Pemilihan target sampel tersebut dengan asumsi bahwa pemilik akun media social telah memenuhi syarat umur dan kewenangan melakukan transaksi informasi melalui media massa. Generasi Y adalah generasi melenyah yang lahir pada tahun 1981-1996 dan generasi Z lahir pada tahun 1997-2012.<sup>11</sup>

Terdapat dua hipotesis dalam penelitian ini, yaitu  $H_0$  dan  $H_a$ .  $H_0$  adalah hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan Y. Sedangkan  $H_a$  adalah hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara variabel X dan Y. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

$H_a$ : *Headline carousel* berpengaruh terhadap minat baca berita generasi y dan z pada konten *carousel* instagram @liputan6

$H_0$ : *Headline carousel* tidak berpengaruh terhadap minat baca berita generasi y dan z pada konten *carousel* instagram @liputan6

Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @Liputan6 yang berjumlah 2.200.000 akun. Target sampel penelitian ini adalah generasi Y dan Z yang mengikuti akun Instagram @Liputan6. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu mengambil responden berdasarkan kriteria usia dari generasi Y dan Z sebagai syarat batas memiliki akun media social di Indonesia.<sup>12</sup> Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

$n$  = ukuran sampel minimal

$N$  = ukuran populasi

$e$  = taraf kesalahan atau error 10%

Berdasarkan rumus di atas, kemudian diperoleh jumlah sampel sebanyak 99,9954 yang dibulatkan menjadi 100 orang. Peneliti menggunakan data primer dengan angket yang diberikan langsung kepada generasi Y dan Z, dan data sekunder yang diperoleh dari *website* resmi *Liputan6* berupa sejarah, visi dan misi serta logo *Liputan6*.

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.<sup>13</sup> Dalam suatu penelitian terdapat sekurangnya dua kategori variabel yaitu: (1). variabel independen atau yang memengaruhi variabel dependen baik positif maupun negatif, atau yang disebut juga sebagai variabel prediktor atau bebas, dan (2). variabel dependen atau yang disebut juga variabel terikat. Variabel independen pada penelitian ini adalah *headline carousel* (X) sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah minat baca berita generasi Y dan Z pada konten *carousel* Instagram @liputan6.

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan konseptual yang menjelaskan hubungan antar variabel, dimana perumusan definisi didasarkan pada pengamatan terhadap variabel melalui karakteristiknya. Definisi operasional itu sendiri dibuat berdasarkan kajian pada teori, konsep dan hasil penelitian sebelumnya untuk mengukur suatu variabel serupa yang akan diteliti. Dengan demikian tujuan dari definisi operasional adalah untuk menggambarkan batasan konseptual yang disesuaikan dengan kepentingan variabel yang akan diteliti. Untuk riset ini, uraian rincian operasionalisasi indikator variabel dapat dilihat dalam tabel 1. Sementara untuk analisis data, peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji instrumen penelitian lalu untuk pengaruh variabel X terhadap Y

<sup>10</sup> Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2021), h. 166.

<sup>11</sup> <https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/26/170000565/mengenal-apa-itu-generasi-baby-boomers-x-y-z-millennials-dan-alpha>

<sup>12</sup> Mahmudah, D. (2020). *Upaya pemberdayaan tik dan perlindungan generasi z di era digital*. Majalah

Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa, 1(01). <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/3246>

<sup>13</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

menggunakan uji regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi  $R^2$ .

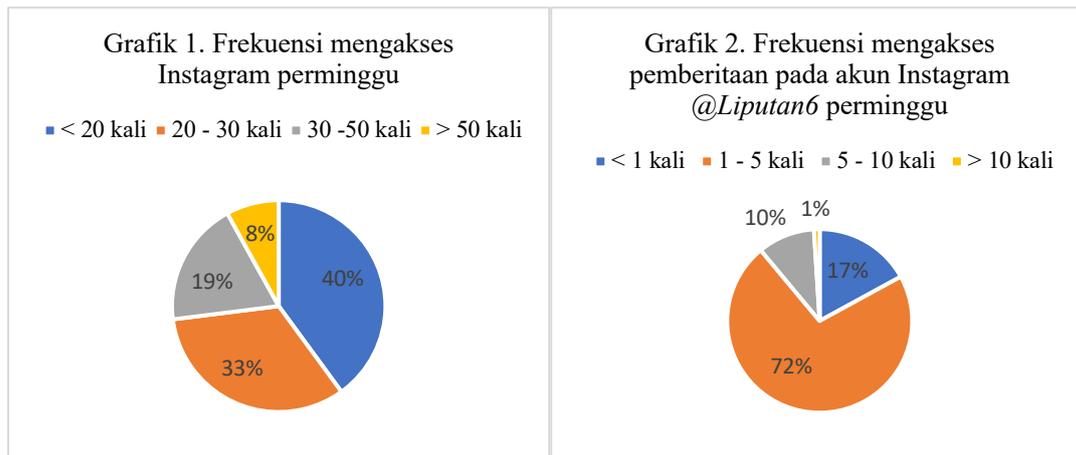
Tabel 1. Indikator Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator
<i>Headline Carousel</i> (X)	Pemahaman Sebagai Diuraikan	Relevan	Kesesuaian judul dengan isi berita
		Provokatif	Menimbulkan rasa keingintahuan pengikut untuk membaca lebih lanjut
		Singkat	Keringkasan kata-kata dalam penulisan judul
Minat Baca (Y)	Perhatian dan Sikap Terhadap Aktivitas Membaca	Perhatian	Memperhatikan berita yang disebar oleh akun @liputan6
			Membaca caption pada unggahan berita konten carousel @liputan6
		Minat	Kertertarikan dalam membaca berita dalam bentuk konten carousel
			Tampilan konten carousel menarik minat baca pengikut
		Keinginan	Mengakses akun @liputan6 sebagai media informasi digital
		Keputusan	Kepercayaan pengikut dalam membaca konten @liputan6
			Tetap mengikuti akun @liputan6
Tindakan	Menyebarkan informasi yang diunggah pada akun @liputan6		

### C. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut. Dari unsur kategori generasi responden diperoleh untuk generasi milenial (Y) atau yang berusia 23-41 tahun berjumlah 50 responden (50%) dan generasi Z dengan rentang usia 13-22 tahun berjumlah 50 responden (50%). Artinya setiap generasi telah direpresentasikan secara proporsional. Dilihat dari frekuensi penggunaan media sosial menunjukkan sebanyak 40 responden mengakses Instagram perminggu sebanyak kurang dari 20 kali (40%), 33 responden mengakses Instagram perminggu sebanyak 20 – 30 kali (33%), 19 responden mengakses Instagram perminggu sebanyak 30 – 50 kali (19%), dan 8 responden yang mengakses Instagram perminggu sebanyak lebih dari 50 kali (8%). Data tersebut menunjukkan bahwa generasi Y dan Z aktif menggunakan Instagram sebagai salah satu alat komunikasi saat ini.

Selanjutnya, frekuensi mengakses akun Instagram @Liputan6 sebagai media informasi ditemukan 17 responden mengakses akun Instagram @liputan6 untuk mencari informasi sebanyak kurang dari 1 kali perminggu (17%), 72 responden mengakses akun Instagram @liputan6 untuk mencari informasi sebanyak 1–5 kali perminggu (72%), 10 responden mengakses akun Instagram @liputan6 untuk mencari informasi sebanyak 5–10 kali perminggu (10%), dan hanya 1 responden yang mengakses akun Instagram @liputan6 untuk mencari informasi sebanyak lebih dari 50 kali (1%). Data tersebut menunjukkan kebanyakan generasi Y dan Z mengakses Instagram @liputan6 untuk mencari informasi sebanyak 1–5 kali dalam seminggu sebanyak 72%. Secara umum, peneliti akun Instagram @liputan6 kurang dijadikan sumber utama untuk mencari informasi bagi generasi Y dan Z.



Sumber: Diolah dari data primer, 2023

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	784.199	1	784.199	63.737	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1205.761	98	12.304		
	Total	1989.960	99			

a. Dependent Variable: Minat Baca Berita

b. Predictors: (Constant), Headline Carousel

Sumber; Diolah dari data primer, 2023

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 <sup>a</sup>	.394	.388	3.508

a. Predictors: (Constant), Headline Carousel

Sumber; Diolah dari data primer, 2023

Untuk menguji hubungan linear antara satu variabel independen dan satu variabel dependen, diperlukan uji regresi linear sederhana. Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh *headline carousel* terhadap minat baca berita pada konten *carousel* Instagram @liputan6.

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa nilai F hitung ialah 63,737 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang mana < 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel *headline carousel* atau dengan kata lain terdapat pengaruh *headline carousel* (X) terhadap minat baca berita (Y). Koefisien determinasi (R Square) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yang secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat.

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,394 atau 39,4%. Hal ini menunjukkan bahwa 39,4% variabel terikat atau minat baca berita dijelaskan oleh variabel bebas *headline carousel*. Sedangkan sisanya 60,6% dijelaskan dengan variabel lain diluar variabel *headline carousel*.

Dari hasil olah data diatas, dapat disimpulkan bahwa *headline carousel* berpengaruh terhadap minat baca berita generasi Y dan Z pada konten *carousel* Instagram @liputan6. Hal ini juga didukung dengan hasil uji koefisien determinasi R square bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat sebesar 39,4%, dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

Hubungan dengan teori S-O-R, terbukti dengan adanya hubungan antara stimulus yang diberikan terhadap efek yang dialami oleh

komunikasikan. Minat baca generasi Y dan Z bergantung pada *headline carousel* yang diberikan oleh sebuah media dan akan semakin diminati jika didukung dengan banyaknya terpaan serta kualitas tampilan pada konten *carousel*. Artinya, minat membaca pada media massa dipengaruhi oleh banyaknya faktor, yaitu kualitas konten pemberitaan, sajian gambar, *headline* dan frekuensi kemunculan suatu pemberitaan atau isu.

Hasil temuan penelitian menunjukkan frekuensi generasi Y dan Z dalam mengakses akun Instagram @liputan6 tergolong rendah. Hal ini terjadi karena sampel tidak hanya memperoleh informasi dari satu jenis media saja tetapi dari berbagai jenis media lainnya. Hasil tersebut membuktikan bahwa generasi Y dan Z mendapat terpaan yang rendah.

Generasi Y dan Z merupakan pengikut akun Instagram @liputan6 merupakan pembaca yang cerdas yang secara sadar dapat memilah berita atau jenis konten yang memiliki kualitas untuk dibaca. Fasilitas dan lingkungan berperan untuk stimulus dalam memberikan efek pada komunikasi. Dalam hal ini kemajuan teknologi serta menjamurnya akun-akun berita media *online* membuat generasi Y dan Z tidak menjadikan akun Instagram @liputan6 sebagai sumber utama memperoleh informasi.

Penelitian ini menguatkan riset sebelumnya tentang pentingnya headline dapat memberikan efek terhadap minat membaca isi berita (Dwi Mayangsari; Ulfah Nur Aini Ningrum; Dewi Ambarwati Arifin; Edy Prihantoro dkk, 2019; Viky Pira Ranti, Aliasan, Hartika Utami Fitri, 2023). Sebaliknya, terdapat penelitian serupa dengan temuan yang merekomendasikan untuk menghindari penggunaan carousel dalam website apapun karena memiliki banyak masalah dalam aksesibilitas.<sup>14</sup> Bahkan, posisi layout gambar atau penambahan multimedia tidak selalu memberikan dampak signifikan bagi pembaca untuk memilih artikel tertentu.<sup>15</sup>

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut. *Pertama*, Dari hasil output uji regresi linear sederhana terbukti terdapat pengaruh *headline carousel* terhadap minat baca

berita generasi Y dan Z pada konten *carousel* Instagram @liputan6. *Kedua*, Peneliti juga menemukan seberapa besar pengaruh *headline carousel* yang dilihat dari  $R^2$  yaitu 39,4%, artinya pengaruh *headline carousel* terhadap minat baca berita generasi Y dan Z pada konten *carousel* Instagram @liputan6 sebesar 39,4%, adapun sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini. Dengan kata lain, minat baca berita tidak saja dipengaruhi oleh *platform carousel* tetapi juga oleh kualitas konten berita yang diunggahnya.

#### REFERENSI

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Čerepinko, D., Valdec, D., Miljković, P., & Hajdek, K. (2019). Impact of Position and Layout of News Articles inside Simulated iPad Newspaper Application on Reading. *Tehnički vjesnik*, 26(4), 941-946.
- Edy Prihantoro, Musti Ana, Emilianshah Banowo, Pengaruh Head Line Dan Komentar Netizen Terhadap Minat Membaca Berita Pada Detik.Com, *Acta Diurna* Vol 15 No 1 Tahun 2019, h.45-65.
- Effendi, O.U. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion*.
- Jiwantoro, J. dkk. 2021. Perancangan Desain Konten Sosial Media Tentang Sepak Bola Melalui Instagram Berbasis Microblog. *Jurnal DKV Adiwarna*, 18 (1).
- Keya, R. T. (2020). *Universal design and usability investigation into carousel interaction* (Master's thesis, OsloMet-storbyuniversitetet. Institutt for informasjonsteknologi).
- Gorys Keraf, D. (2009). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama

<sup>14</sup> Keya, R. T. (2020). *Universal design and usability investigation into carousel interaction* (Master's thesis, OsloMet-storbyuniversitetet. Institut for informasjonsteknologi).

<sup>15</sup> Čerepinko, D., Valdec, D., Miljković, P., & Hajdek, K. (2019). Impact of Position and Layout of News Articles inside Simulated iPad Newspaper Application on Reading. *Tehnički vjesnik*, 26(4), 941-946.

- Mahmudah, D. (2020). Upaya pemberdayaan tik dan perlindungan generasi z di era digital. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(01). <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/3246>
- Morissan, 2021. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana
- Mufti, N. 2020. Persimpangan Kebebasan Berekspresi dan Tanggung Jawab Sosial pada Regulasi Jurnalisme Digital di Indonesia. *Jurnal IPTEK-KOM*, 22 (1).
- Rakhmat, J. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Tresnawati, Y dan Kurniawan P. 2018. Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. *Jurnal Profesi Humas*, 3 (1), h. 105.
- Viky Pira Ranti, Alias, Hartika Utami Fitri, Pengaruh Headline Terhadap Minat Membaca Berita Pada Suara.Com (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2018 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* Vol.03 No. 01 Maret 2023, h.364-385
- Widiastuti, T. 2020. Ethnomethodology Study of Digitalized Social Communication Apprehension among Basmala Youth Community. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5 (01), h. 42-51.