



## Bacaan digital: pengaruh aspek keunggulannya terhadap meningkatnya minat baca mahasiswa

Gizella Nariratri<sup>1</sup>, Edwin Rizal<sup>2</sup>, Rully Khairul Anwar<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Padjadjaran

[gizella18001@mail.unpad.ac.id](mailto:gizella18001@mail.unpad.ac.id)

### Info Artikel :

Diterima :

5 Maret 2024

Disetujui :

15 Maret 2024

Dipublikasikan :

25 Maret 2024

### ABSTRAK

Media membaca dalam bentuk digital kini hadir berdampingan dengan bacaan nondigital. Terdapat beberapa aspek bacaan digital yang dianggap unggul yang membedakannya dari bacaan konvensional, antara lain, interaktivitas, nonlinearitas, akses cepat ke informasi, dan konvergensi teks, gambar, audio, dan video. Mahasiswa, yang saat ini termasuk dalam kelompok usia "Generasi Z", identik dengan sebutan *digital natives* dengan karakteristik akrab dan tumbuh bersama perkembangan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aspek interaktivitas, nonlinearitas, akses cepat ke informasi, dan konvergensi media dalam bacaan digital terhadap meningkatnya minat baca pada mahasiswa, serta preferensi mahasiswa pada media bacaan digital. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode korelasional. Sampel penelitian ini berjumlah 173 orang yang merupakan mahasiswa Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran angkatan 2019, 2020, dan 2021. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji Pearson Product Moment, uji t, dan regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis bacaan digital yang paling disukai mahasiswa adalah novel digital, sedangkan tempat membaca yang paling suka digunakan oleh mahasiswa adalah media sosial. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa minat baca mahasiswa dapat meningkat akibat pengaruh dari aspek-aspek bacaan digital, meskipun pengaruhnya rendah.

**Kata Kunci:** Bacaan digital, Preferensi media baca, Minat baca mahasiswa, Minat baca digital

### ABSTRACT

*Reading materials in digital form is now present side by side with non-digital reading. There are few aspects of digital reading that considered more advantageous than conventional reading, such as interactivity, nonlinearity, immediate access, and media convergence. Undergraduate students, who currently belong to the "Generation Z" age group, are synonymous with the term 'digital natives' as they are familiar with and growing up with technological developments. This study examines the impact of interactivity, nonlinearity, immediate access, and media convergence in digital reading on the increase of reading interest of undergraduate students. The students' preference of digital reading media was also investigated. The study was conducted using correlational method. The study sample included first to third year students of Library and Information Science Undergraduate Program of Padjadjaran University (n = 173). The obtained data were analyzed using Pearson Product Moment, t-test, and regression linear statistical techniques. The results from this research show that undergraduate students' most preferred digital reading type is digital novel, whereas the most used digital reading platform is social media. The study also finds that undergraduate students' reading interest could increase due to the impact of digital reading aspects, despite the low influence.*

**Keywords:** Digital reading, Reading media preference, Undergraduate reading interest, Digital reading interest



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Manusia membutuhkan informasi sebagai penunjang kegiatan sehari-hari. Semakin berkembangnya zaman, manusia juga semakin membutuhkan informasi yang diperoleh dari manusia lain yang menciptakannya. Arus informasi di era digital ini ditunjang oleh keberadaan internet yang mampu menghubungkan manusia dengan informasi yang diinginkan. Dengan bantuan internet, manusia dapat memperoleh informasi dalam bentuk tulisan, gambar, suara, video, maupun gabungan dari dua atau lebih di antaranya. Setidaknya sejak awal abad ke-21, akses menuju bahan bacaan elektronik

semakin menjamur yang memberikan pilihan kepada manusia untuk membaca secara konvensional (pada kertas atau secara tercetak atau tertulis) atau secara elektronik, yaitu membaca pada layar perangkat elektronik, atau biasa disebut dengan membaca digital.

UNESCO memperkirakan bahwa 6 miliar orang di dunia kini sudah memiliki akses ponsel. Hootsuite & We Are Social (2022) mencatat tingkat kepemilikan ponsel pintar mencapai 98,2%. Hal ini menunjukkan bahwa informasi berada dalam genggaman, serta bisa diakses tanpa melihat waktu dan tempat. Meski begitu, survei PISA (Programme for International Student Assessment) yang dilakukan OECD pada tahun 2018-2019 menunjukkan bahwa angka minat baca Indonesia sangat rendah, yakni peringkat 71 dari 77 negara (OECD, 2021). Sementara, dalam “Digital 2022” dilaporkan bahwa penduduk Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun rata-rata menghabiskan 8 jam 36 menit dalam satu hari untuk berselancar di internet, dengan meluangkan waktu 1 jam 47 menit untuk membaca media massa *online*.

Mahasiswa, yang saat ini termasuk dalam kelompok usia “Generasi Z”, identik dengan sebutan *digital natives* dengan karakteristik akrab dan tumbuh bersama perkembangan teknologi. Beberapa ciri khas *digital natives* adalah menikmati hal-hal dalam lingkungan yang saling terhubung secara *online* dan bekerja secara instan, menyukai gambar interaktif dibandingkan teks, dan menyukai akses secara *random* seperti *hypertext* (Mardina, 2011). Ketika kondisi perkuliahan berubah akibat COVID-19 sejak pertengahan Maret 2020, mahasiswa diharuskan mengikuti kegiatan perkuliahan jarak jauh yang difasilitasi oleh internet dan teknologi digital penunjang. Dalam laporan PISA oleh OECD, tercatat bahwa lebih dari 40 persen siswa di Indonesia lebih sering membaca pada perangkat digital, namun tidak merinci apakah mereka membaca dengan tujuan akademik atau tujuan hiburan yang berkaitan dengan minat baca. Pertanyaan selanjutnya, dengan keberadaan bahan bacaan digital dengan spesifikasi yang sesuai dengan karakteristik *digital natives*, apakah timbul minat membaca pada mahasiswa?

Di Indonesia sendiri, hasil survei Nielsen Consumer & Media View pada tahun 2016 menunjukkan bahwa “Generasi Z” di Indonesia memilih televisi, internet, dan radio sebagai sumber utama media informasi, dengan hanya 9% dari 17.000 responden yang membaca teks tercetak (Asyifa, 2020). Pada penelitian terhadap kebiasaan membaca mahasiswa Ilmu Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang, ditemukan bahwa lebih dari 64% responden selalu membaca di waktu luang mereka, dengan 30% responden menyukai membaca berita online dan 5% menyukai membaca komik digital (Dalilan, 2021).

Berdasarkan paparan di atas, dapat diketahui bahwa meskipun dengan rata-rata waktu penggunaan internet sebesar 8 jam 36 menit per hari, angka minat baca di Indonesia masih sangat rendah sebagaimana yang ditunjukkan dalam laporan PISA. Padahal, salah satu keuntungan dari mengakses internet adalah kemampuan untuk mengakses bacaan digital sebagai substitusi ataupun pelengkap dari bacaan fisik. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh bacaan digital terhadap meningkatnya minat baca mahasiswa sebagai “*digital natives*” yang aktif memproduksi dan mengonsumsi media dalam berbagai bentuk di internet.

Noah Wardrip-Fruin menyatakan bahwa literatur digital adalah karya literatur yang membutuhkan komputasi digital yang dihasilkan oleh komputer. Bacaan digital bukan hanya literatur konvensional yang disamakan menjadi literatur digital, namun juga media digital yang sejak dulu dituliskan oleh banyak literatur sebagai “*digitally born*” (Simanowski, 2015). Membaca digital merujuk kepada memberi makna pada teks dan sumber-sumber multimedia lain pada media elektronik yang bisa diakses oleh perangkat digital (Maden, 2018). Sejumlah ahli, salah satunya Birkets (1994), menyatakan bahwa keberadaan media digital membuat kelangsungan kegiatan membaca menjadi terancam yang mengurangi kemampuan generasi digital dalam membaca. Di sisi lain, Bolter (1991) mengemukakan bahwa hadirnya media digital tetap mendukung kegiatan literasi dengan menyediakan tipe buku baru dan cara baru menulis dan membaca (Sugihartati & Prasetyo Y., 2017).

Literatur digital menawarkan keunggulan dalam hal kepraktisannya, antara lain, mudah dibawa, tidak membutuhkan ruang penyimpanan fisik, serta bisa diakses tanpa melihat batas ruang dan waktu (Ruddamayanti, 2019). Apabila dibandingkan, terdapat keuntungan dan kerugian masing-masing dari media tercetak dan digital yang ditentukan pula oleh konteks dan proses pengaplikasiannya. Jika media digital cenderung lebih berguna untuk melakukan pencarian, karena lebih cepat dan praktis, media tercetak umumnya dipilih sebagai konsumsi informasi yang sebenarnya (Liu, 2005).

Bersamaan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, media membaca tersedia dalam bentuk tercetak dan bentuk digital. Bertambahnya jumlah informasi digital dan penggunaan waktu untuk membaca media digital berdampak kepada kebiasaan membaca pada lingkungan digital (Liu, 2005). Bacaan digital diyakini memiliki beberapa aspek yang dianggap unggul yang membedakannya dari bacaan konvensional, antara lain, interaktivitas, nonlinearitas, akses cepat ke informasi, dan konvergensi teks, gambar, audio, dan video (Liu, 2005). Interaktivitas, berarti adanya rasa ketertarikan pengguna yang lebih kuat dengan media, hubungan yang lebih mandiri dengan sumber-sumber pengetahuan, pemakaian media yang individualis, dan pilihan pengguna yang lebih banyak (Lister et al., 2009). Nonlinearitas, artinya pengguna bisa berpindah-pindah secara tiba-tiba, tanpa harus direncanakan dari satu sumber ke sumber lain menggunakan *hyperlink* yang mengarahkan pengguna ke halaman Web yang lain, sehingga terbuka jalur membaca yang terpersonalisasi berdasarkan minat, kebutuhan, dan prinsip masing-masing pembaca (Blatt, 2018; Fornaciari, 2009). Akses cepat ke informasi, artinya pengguna bisa mengakses informasi dari mana saja dan kapan saja, terutama dari perangkat *mobile*, secara pribadi dengan minim atau bahkan tidak perlu bantuan dari orang lain untuk mendapatkan informasi tersebut (Lupton, 2016). Konvergensi teks, gambar, audio, dan video, artinya integrasi teknologi dan konten digital yang yang memaksimalkan manfaat pada pengguna untuk mengakses produk bacaan yang beragam, sehingga muncul perubahan perilaku audiens yang memilih sendiri pengalaman yang diinginkan berdasarkan preferensi pribadi (Jin, 2015; Qi, 2022; Sedyaningih, 2018).

Ross (2009) menyatakan bahwa minat membaca merujuk kepada minat atau ketertarikan pribadi terhadap membaca dan unsur-unsur dalam bacaan yang disukai yang dilihat dari intensitas dilakukannya kegiatan membaca. Hidi et al. (2004) dalam Putro & Lee (2017) mengemukakan minat baca adalah sebuah konstruk multidimensi yang menggabungkan kecenderungan afektif, kognitif, dan perilaku seseorang terhadap sebuah objek, peristiwa, atau tugas yang berkaitan dengan membaca. Minat baca adalah kombinasi dari keinginan, kemauan, dan motivasi yang menimbulkan sebuah dorongan pada seseorang untuk memberi perhatian pada membaca serta dipicu oleh rasa ingin tahu. Lilawati (2005) mendefinisikan minat baca sebagai sebuah perhatian kuat dan mendalam yang diiringi kegembiraan terhadap membaca sehingga seseorang akan membaca sebagaimana keinginannya sendiri (Sudarsana & Bastiano, 2014).

Terdapat dua faktor yang memengaruhi tingkatan minat membaca menurut Sutarno (2006), yaitu faktor langsung dan faktor tidak langsung. Keluarga, guru, pustakawan, dan lingkungan memengaruhi secara langsung dalam minat baca seseorang. Sementara, faktor tidak langsung dari tingkat minat baca adalah sumber bacaan, pemerintahan, dan perusahaan swasta yang bergerak di bidang pendidikan (Donal, 2015). Dalman (2014) menyebutkan ada tiga indikator minat baca, yaitu frekuensi dan kuantitas membaca, kuantitas sumber bacaan, dan keinginan mencari bacaan. Menurut Sinambela (2005) dalam Sudarsana & Bastiano (2014) aspek-aspek dari minat baca antara lain, adalah kesenangan membaca, kesadaran akan manfaat membaca, dan frekuensi membaca.

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui pengaruh aspek-aspek bacaan digital terhadap minat yang memicu seseorang untuk melakukan kegiatan membaca digital. Pada penelitian ini, media digital terdiri atas bacaan digital yang diakses dengan menggunakan bantuan perangkat elektronik berupa ponsel pintar (*smartphone*), tablet, komputer atau laptop, maupun *e-reader* (misalnya Kindle), baik memiliki opsi unduh atau tidak, dalam bentuk buku elektronik, novel Web, komik Web, serta majalah, media, dan surat kabar *online*.

## METODE PENELITIAN

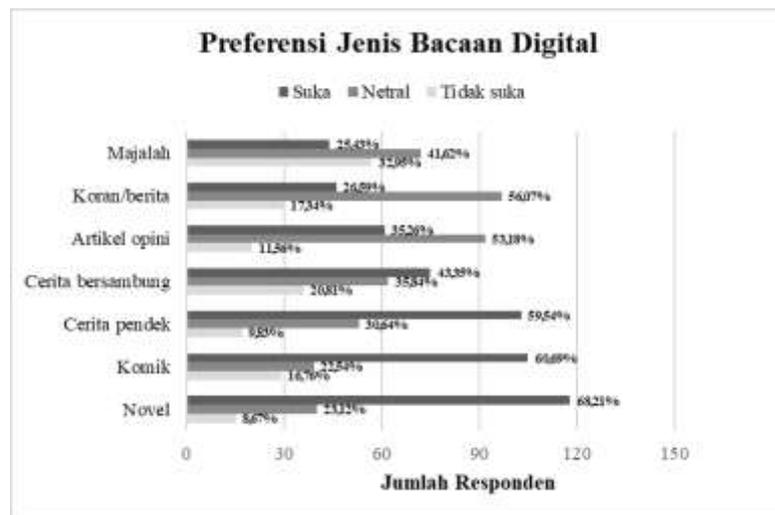
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (X), yaitu bacaan digital, dan variabel dependen (Y), yaitu minat baca. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran angkatan 2019, 2020, dan 2021. Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan *proportionate stratified random sampling* dengan mengambil *margin of error* sebesar 0,05, sehingga diperoleh 173 sampel. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan observasi terhadap sampel dalam rentang waktu Juli-Agustus 2022. Data lapangan kemudian dianalisis secara deskriptif dengan perhitungan persentase dan inferensial dengan uji Pearson Product Moment, uji koefisien determinasi, uji t, dan regresi linier. Setelah dianalisis, data akan

disajikan dalam bentuk tabel dan grafik. Sementara, hipotesis dalam penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

- $H_0$  : Tidak ada pengaruh bacaan digital terhadap meningkatnya minat baca pada mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran.  
 $H_1$  : Ada pengaruh bacaan digital terhadap meningkatnya minat baca pada mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui preferensi mahasiswa terhadap bacaan digital, responden diberikan pertanyaan seputar suka atau tidak suka terhadap beberapa jenis dan *platform* membaca digital dan jenis perangkat elektronik yang paling suka digunakan untuk membaca digital. Data yang diperoleh kemudian diolah sebagaimana berikut:



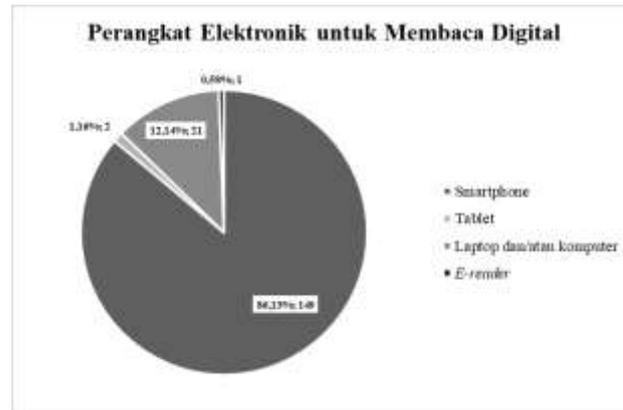
Gambar 1 Grafik Preferensi Jenis Bacaan Digital  
Sumber: Pengolahan data (2022)

Berdasarkan gambar 1, dapat disimpulkan bahwa jenis bacaan yang paling banyak suka dibaca oleh responden adalah novel digital (118 orang; 68,21%), jenis bacaan yang paling banyak kadang-kadang dibaca adalah koran/berita digital (97 orang; 56,07%), dan jenis bacaan yang paling banyak tidak suka dibaca adalah majalah digital (57 orang; 32,95%). Sementara, jenis bacaan yang paling sedikit suka dibaca oleh responden adalah majalah digital (44 orang; 25,43%), jenis bacaan yang paling sedikit kadang-kadang dibaca adalah komik digital (39 orang; 22,54%), dan jenis bacaan yang paling sedikit tidak suka dibaca adalah novel digital (15 orang; 8,67%).



Gambar 2 Grafik Preferensi Tempat Membaca Digital  
Sumber: Pengolahan data (2022)

Berdasarkan gambar 2, dapat disimpulkan bahwa *platform* membaca digital yang paling banyak suka digunakan oleh responden adalah media sosial (148 orang; 85,55%), *platform* membaca digital yang paling banyak kadang-kadang digunakan adalah blog/website (87 orang; 50,29%), dan *platform* membaca digital yang paling banyak tidak suka digunakan adalah aplikasi novel Web (37 orang; 21,39%). Sementara, *platform* membaca digital yang paling sedikit suka digunakan oleh responden adalah blog/website (76 orang; 43,93%), *platform* membaca digital yang paling sedikit kadang-kadang digunakan adalah media sosial (22 orang; 12,72%), dan *platform* membaca digital yang paling sedikit tidak suka digunakan adalah media sosial (3 orang; 1,73%).



**Gambar 3 Grafik Perangkat Elektronik untuk Membaca Digital**  
Sumber: Pengolahan data (2022)

Berdasarkan gambar 3, dapat diketahui bahwa hampir seluruh dari responden (149 orang) menggunakan *smartphone* (86,13%), sementara sebagian kecil dari responden menggunakan tablet (2 orang; 1,16%), laptop dan/atau komputer (21 orang; 12,14%), dan *e-reader* (1 orang; 0,58%) sebagai perangkat elektronik untuk membaca digital.

Selanjutnya, untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), data akan dianalisis secara inferensial sebagaimana berikut:

**Tabel 1 Hasil Uji Hipotesis**

		Bacaan Digital	Minat Baca
Bacaan Digital	Pearson Correlation	1	.531**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	173	173
Minat Baca	Pearson Correlation	.531**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	173	173

Sumber: Pengolahan data (2022)

Mengacu pada tabel 1, besar nilai koefisien korelasi Pearson (r) adalah sebesar 0,531. Selanjutnya, untuk mengetahui besar pengaruh variabel bacaan digital (X) terhadap variabel minat baca (Y), digunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (1)$$

$$KD = 0,531^2 \times 100\% = 28,2\%$$

Maka, dapat dinyatakan bahwa variabel bacaan digital (X) memengaruhi variabel minat baca (Y) sebesar 28,2%. Apabila merujuk kepada tabel interpretasi koefisien determinasi, maka nilai KD sebesar 28,2% termasuk dalam kategori pengaruh rendah.

Selanjutnya, untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bacaan digital (X) terhadap variabel minat baca (Y), digunakan uji t. Kriteria penerimaan hipotesis dalam uji t adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta = 0$ ; variabel X tidak berpengaruh signifikan/nyata terhadap Y
2.  $H_1 : \beta \neq 0$ ; variabel X berpengaruh signifikan/nyata terhadap Y

Sementara, kriteria pengujian yang digunakan dalam uji t ini adalah:

1. Apabila hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  = signifikan ( $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima)
  2. Apabila hasil  $t_{hitung} < t_{tabel}$  = tidak signifikan ( $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak)
- Kemudian, nilai  $t_{hitung}$  diperoleh dengan cara sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = \frac{0,531\sqrt{173-2}}{\sqrt{1-0,531^2}} = 8,199 \quad (2)$$

Berdasarkan hasil uji t di atas, jika  $\alpha = 0,05$ ;  $dk = 173-2 = 171$ , maka  $t_{tabel} = 1,974$ ;  $t_{hitung} = 8,199$ ; artinya nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$ . Merujuk kepada kriteria pengujian uji t, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek bacaan digital berpengaruh secara signifikan terhadap minat baca digital. Dengan demikian, dinyatakan bahwa asumsi awal riset diterima, yaitu ada pengaruh bacaan digital terhadap meningkatnya minat baca pada mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran ( $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak).

Selanjutnya, untuk mengetahui hubungan antara variabel bacaan digital (X) dengan variabel minat baca (Y) dengan menggunakan linier, dilakukan uji regresi linier sederhana sebagaimana berikut:

**Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.992	3.416		4.682	.000
	Bacaan Digital	.377	.046	.531	8.199	.000

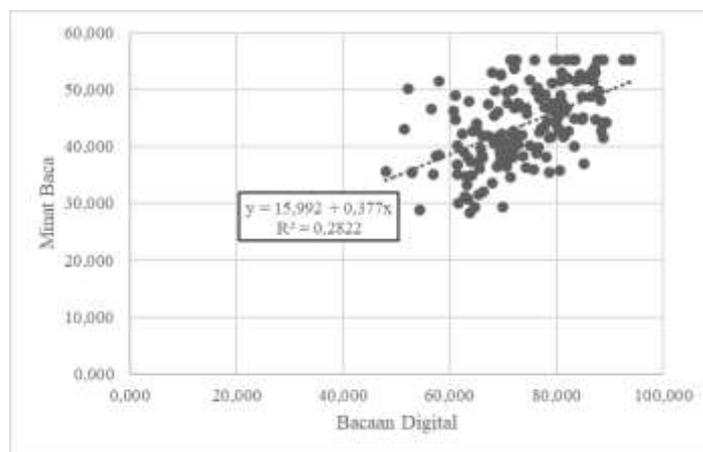
Sumber: Pengolahan data (2022)

Mengacu pada tabel 2, persamaan regresi linier sederhana dapat dituliskan seperti berikut:

$$Y = a + bX \quad (3)$$

$$Y = 15,992 + 0,377X$$

Berdasarkan tabel di atas, jika  $\alpha = 0,05$ ;  $dk = 173-2 = 171$ , maka  $t_{tabel} = 1,974$ ;  $t_{hitung} = 8,199$ ; artinya nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$ , dan nilai signifikansi = 0,000; artinya nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,005. Dengan merujuk kepada syarat-syarat pengambilan keputusan uji regresi linier sederhana, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek bacaan digital berpengaruh terhadap minat baca digital. Dengan demikian dinyatakan bahwa ada pengaruh bacaan digital terhadap meningkatnya minat baca pada mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran, di mana  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Grafik persamaan regresi linier sederhana dapat digambarkan sebagaimana gambar di bawah:



**Gambar 4 Grafik Persamaan Regresi Linier Sederhana**

Sumber: Pengolahan data (2022)

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji Pearson Product Moment dan uji t, dinyatakan bahwa ada pengaruh bacaan digital terhadap meningkatnya minat baca pada mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran sebesar 28,2%. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa minat baca mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran dapat meningkat akibat aspek interaktivitas, nonlinearitas, akses cepat ke informasi, dan konvergensi media pada bacaan digital, meskipun pengaruhnya rendah. Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan hasilnya dapat bermanfaat bagi pegiat literasi dan penyedia literatur digital dengan sasaran pembaca usia dewasa muda, serta untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya membaca sesuai minat. Meski begitu, perlu diadakan penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode lain untuk mengeksplor lebih jauh perilaku membaca dan minat baca di era digital pada mahasiswa, khususnya di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asyifa, D. I. (2020). Exploring Indonesian Gen Z Digital Reading Issues. *UHAMKA International Conference on ELT and CALL (UICELL)*, 10–18.
- Blatt, H. (2018). Nonlinear Reading: The Orchard of Syon, Titus and Vespasian, and Lydgate's Siege of Thebes. In *Participatory reading in late-medieval England* (pp. 62–101). Manchester University Press.
- Dalilan. (2021). Literasi Mahasiswa: Studi Kebiasaan dan Sikap Membaca Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan. *Pustakaloka*, 13(1), 1–21.
- Dalman. (2014). *Keterampilan membaca*. Rajagrafindo Persada.
- Donal, A. (2015). Students' Reading Interest (A Case Study at FKIP of the University of Pasir Pengaraian). *Journal of English Education*, 1(1), 23–32.
- Fornaciari, F. (2009). Digital Hypertexts vs. Traditional Books: An Inquiry Into Non-Linearity. In *Theses, Dissertations and Capstones*.
- Hoots, & We Are Social. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Digital 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Jin, D. Y. (2015). Digital Convergence of Korea's Webtoons: Transmedia Storytelling. *Communication Research and Practice*, 1(3), 193–209. <https://doi.org/10.1080/22041451.2015.1079150>
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*.
- Liu, Z. (2005). Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, 61(6), 700–712. <https://doi.org/10.1108/00220410510632040>
- Lupton, D. (2016). The Use and Value of Digital Media for Information about Pregnancy and Early Motherhood: A Focus Group Study. *BMC Pregnant Childbirth*, 16(1), 171. <https://doi.org/10.1186/s12884-016-0971-3>
- Maden, S. (2018). Digital Reading Habits of Pre-Service Turkish Language Teachers. *South African Journal of Education*, 38(December), 1–12. <https://doi.org/10.15700/saje.v38ns2a1641>
- Mardina, R. (2011). Potensi Digital Natives Dalam Representasi Literasi Informasi Multimedia Berbasis Web Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 11(1), 5–14.
- OECD. (2021). *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World*. PISA, OECD Publishing.
- Putro, N. H. P. S., & Lee, J. (2017). Reading interest in a digital age. *Reading Psychology*, 38(8), 778–807. <https://doi.org/10.1080/02702711.2017.1341966>

- Qi, Y. (2022). Research on the Influence of Media Convergence on the Transformation and Upgrading of the Media Industry. *Big Data and Cloud Innovation*, 6(1), 16–22. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/295/5/052043>
- Ross, C. S. (2009). Reading Interests. In *Encyclopedia of Library and Information Sciences, Third Edition*. <https://doi.org/10.1081/e-elis3-120043679>
- Ruddamayanti. (2019). Pemanfaatan Buku Digital dalam Meningkatkan Minat Baca. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*, 2, 1193–1202.
- Sediyangsih, S. (2018). Konvergensi Media di Era Digital (Eksploitasi Media Komunikasi Dalam Proses Belajar Mengajar di Era Digital). *Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh*, 19(1), 52–57. <https://doi.org/10.33830/ptjj.v19i1.317.2018>
- Simanowski, R. (2015). Reading Digital Literature. In *Reading Moving Letters* (pp. 15–28). transcript publishing. <https://doi.org/10.14361/9783839411308-001>
- Sudarsana, U., & Bastiano. (2014). *Pembinaan Minat Baca*. Universitas Terbuka.
- Sugihartati, R., & Prasetyo Y., H. (2017). *Minat & Perilaku Gemar Membaca Masyarakat Kota Surabaya di Era Digital*. Airlangga University Press.