

**MINAT MEMBACA DI ERA QUICK CONSUMPTION: STUDI
MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR TERHADAP PORTAL BERITA
ONLINE**

Lisdayanti

Universitas Hasanuddin, Makassar
lisdayanti24e@student.unhas.ac.id

Arianto

Universitas Hasanuddin, Makassar
arianto.uh@yahoo.com

M. Iqbal Sultan

Universitas Hasanuddin, Makassar
miqsul1012@gmail.com

ABSTRACT

This study examines university students' interest in reading online news and the factors influencing it in Makassar. Using a quantitative survey method, data were collected from 347 students across six universities. The findings reveal that students' reading interest is predominantly at a moderate level (89.0%), indicating that online news consumption has not yet become a strong habitual practice. Although students generally perceive online news as interesting, useful, and worthy of reading, their actual reading behaviour remains relatively low in terms of frequency, duration, and depth, reflecting a tendency towards brief and superficial information consumption. The study also finds that students primarily access news indirectly through social media, with smartphones as the dominant device, highlighting a shift towards mobile-based and platform-mediated news consumption. Furthermore, the main factors influencing reading interest are the need for up-to-date information and academic requirements, while entertainment plays a less significant role. By integrating the Uses and Gratifications theory and Crow's motivation framework, this research demonstrates that students' news consumption is largely driven by cognitive and utilitarian motives rather than intrinsic reading habits. Compared to previous studies, this research offers a more comprehensive perspective by combining behavioural patterns, motivational factors, and measurable indicators of reading interest within a single analytical framework. The findings contribute to the development of digital literacy strategies and provide insights for improving the quality and engagement of online news content among university students.

Keywords: *Reading Interest, Online News Portals, University Students, Uses And Gratifications, Digital Media Consumption, Quick Consumption*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat minat mahasiswa dalam membaca berita pada portal berita online serta mengidentifikasi faktor-faktor yang

memengaruhinya di Kota Makassar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei deskriptif terhadap 347 mahasiswa dari enam perguruan tinggi. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat membaca mahasiswa berada pada kategori sedang (89,0%), yang mengindikasikan bahwa aktivitas membaca belum menjadi kebiasaan yang kuat. Meskipun mayoritas responden menilai berita online menarik, bermanfaat, dan layak dibaca, intensitas dan durasi membaca masih rendah, mencerminkan pola konsumsi cepat (quick consumption). Faktor utama yang memengaruhi minat membaca adalah kebutuhan informasi terkini dan kebutuhan tugas perkuliahan, sementara faktor hiburan memiliki kontribusi yang relatif kecil. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku membaca mahasiswa lebih bersifat utilitarian dibandingkan intrinsik. Dibandingkan penelitian terdahulu, penelitian ini menegaskan bahwa minat membaca tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti clickbait dan gaya penyajian, tetapi lebih dominan oleh faktor internal dan akademik. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi digital melalui pendekatan Uses and Gratifications serta memberikan pemahaman kontekstual mengenai perilaku konsumsi berita mahasiswa di wilayah Indonesia Timur.

Kata Kunci: *Minat Membaca, Portal Berita Online, Mahasiswa, Uses And Gratifications, Konsumsi Media Digital. Konsumsi Cepat*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam pola konsumsi informasi masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital native. Internet tidak hanya menjadi medium komunikasi, tetapi juga menjadi sumber utama dalam mengakses berita melalui berbagai portal berita online yang menawarkan kecepatan, kemudahan akses, dan aktualitas informasi (Suciati & Puspita, 2019) (Kustiawan dkk., 2025). Fenomena ini turut menggeser pola konsumsi media dari konvensional ke digital, di mana mahasiswa kini cenderung mengandalkan perangkat mobile untuk memperoleh informasi secara real time. Namun demikian, di tengah kemudahan tersebut, muncul persoalan terkait kualitas konsumsi informasi, intensitas membaca, serta faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam mengakses berita online. Di Indonesia sendiri, tingkat literasi membaca masih tergolong rendah, sehingga menjadi paradoks ketika akses terhadap informasi semakin luas, tetapi tidak selalu diikuti dengan peningkatan minat membaca yang berkualitas (Sari dkk., 2024) (Wardhana & Laksmi, 2025).

Konsumsi berita digital di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal (Nugraha dkk., 2025). Studi yang dilakukan oleh Fitria dkk (2025) mengenai pola konsumsi berita lokal di Blitar mengungkapkan bahwa mahasiswa cenderung mengakses berita secara insidental, terutama ketika berita tersebut muncul di media sosial, bukan sebagai aktivitas yang terencana atau rutin. Dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa preferensi mahasiswa lebih mengarah pada konten hiburan, kriminal, dan kecelakaan, yang dinilai lebih menarik perhatian

dibandingkan isu-isu serius. Meskipun demikian, tingkat kesadaran literasi media tergolong cukup baik, ditunjukkan oleh kebiasaan sebagian besar mahasiswa yang melakukan verifikasi informasi sebelum mempercayai berita yang dikonsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika dan Hidayanto (2020) menyoroti pengaruh jurnalisme clickbait terhadap minat baca Generasi Z. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan judul yang sensasional dan memancing rasa penasaran terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membaca (Satria dkk., 2025). Temuan ini sejalan dengan teori kesenjangan informasi (*information gap theory*) yang menjelaskan bahwa individu terdorong untuk mencari informasi guna menutup celah ketidaktahuan yang muncul akibat rangsangan judul yang provokatif (Putri & Irma, 2023). Dengan kata lain, strategi clickbait menjadi salah satu faktor eksternal yang efektif dalam menarik perhatian pembaca di era digital.

Sementara penelitian Abd dan Sarindat (2025) mengidentifikasi bahwa minat membaca di era digital tidak hanya dipengaruhi oleh aspek konten, tetapi juga oleh faktor struktural seperti aksesibilitas teknologi, lingkungan literasi keluarga, serta dukungan institusi pendidikan. Selain itu, karakteristik konten yang interaktif dan kaya visual juga menjadi preferensi utama generasi digital-native, yang cenderung menghindari teks panjang dan monoton (Uluum dkk., 2025). Hal ini menunjukkan adanya pergeseran pola membaca dari format tradisional ke format digital yang lebih dinamis dan atraktif. Di sisi lain, penelitian Kurniawati dkk (2024) menekankan adanya berbagai hambatan yang menyebabkan rendahnya minat baca mahasiswa. Faktor-faktor seperti kebiasaan membaca yang belum terbentuk, kurangnya motivasi internal, serta keterbatasan waktu menjadi penyebab utama rendahnya intensitas membaca. Dalam penelitian tersebut, minat baca diukur melalui durasi dan frekuensi membaca, yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa belum menjadikan aktivitas membaca sebagai kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari.

Selanjutnya, penelitian Gunawan dan Yoedjadi (2025) menunjukkan bahwa gaya penyajian berita memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat baca, khususnya di kalangan generasi muda. Penyajian berita yang menarik, interaktif, dan mudah dipahami terbukti mampu meningkatkan ketertarikan pembaca. Hal ini menegaskan bahwa tidak hanya isi berita yang penting, tetapi juga bagaimana berita tersebut dikemas dan disajikan kepada audiens. Adapun Senja dkk (2025) juga menemukan bahwa rendahnya minat baca mahasiswa dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, seperti lemahnya kebiasaan membaca, rendahnya motivasi, serta kurangnya dukungan lingkungan yang mendorong aktivitas literasi. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa minat membaca tidak hanya ditentukan oleh individu, tetapi juga oleh konteks sosial dan budaya di sekitarnya.

Meski demikian, terdapat celah penelitian yang masih belum banyak dieksplorasi. Sebagian besar studi lebih menekankan pada pengaruh faktor eksternal seperti gaya penyajian berita, clickbait, atau platform media tertentu, serta berfokus pada generasi Z secara umum atau pada konteks wilayah tertentu di luar Indonesia Timur. Penelitian yang secara spesifik mengkaji tingkat minat membaca berita online sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhinya pada mahasiswa secara umum di Kota Makassar masih relatif

terbatas. Selain itu, pendekatan yang mengintegrasikan analisis minat dengan perspektif kebutuhan audiens berdasarkan teori Uses and Gratifications dalam konteks portal berita online juga belum banyak dilakukan.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan mengkaji minat mahasiswa dalam membaca berita pada portal berita online secara komprehensif melalui pendekatan kuantitatif deskriptif, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat tersebut yang meliputi faktor dorongan dari dalam (inner urges), motif sosial (social motives), dan faktor emosional (emotional factors). Penelitian ini juga memberikan kontribusi kontekstual dengan mengambil lokasi di Kota Makassar sebagai representasi wilayah Indonesia Timur yang memiliki karakteristik sosial dan budaya yang berbeda dibandingkan wilayah lain yang selama ini lebih banyak diteliti. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya kajian mengenai perilaku konsumsi media digital, tetapi juga memberikan perspektif baru dalam memahami dinamika minat membaca berita di kalangan mahasiswa. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tingkat minat mahasiswa di Kota Makassar dalam membaca berita pada portal berita online serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya terkait perilaku khalayak dalam mengonsumsi media digital, serta memberikan manfaat praktis bagi pengelola media dalam merancang strategi penyajian berita yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei deskriptif untuk mengukur tingkat minat mahasiswa dalam membaca berita pada portal berita online. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris mengenai perilaku dan kecenderungan responden secara terukur melalui data numerik.

Populasi dalam penelitian ini adalah 347 mahasiswa di Kota Makassar yang aktif menggunakan media online sebagai sumber informasi. Enam perguruan tinggi yang diambil diantaranya Universitas Hasanuddin (UNHAS), Universitas Negeri Makassar (UNM), Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin, Universitas Muslim Indonesia (UMI), Universitas Fajar (UNIFA), Universitas Muhammadiyah Makassar (UNISMUH). Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria responden yaitu mahasiswa aktif yang pernah mengakses atau membaca berita melalui portal berita online. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan keterwakilan dan kemudahan akses peneliti terhadap responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner (angket) yang disebarluaskan secara daring. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator minat membaca, meliputi frekuensi membaca, durasi membaca, ketertarikan terhadap konten, serta kebutuhan terhadap informasi. Setiap item diukur menggunakan skala Likert untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan.

Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antar item, sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, yaitu dengan mengolah data dalam bentuk persentase, rata-rata, dan distribusi frekuensi untuk menggambarkan tingkat minat membaca mahasiswa. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk memberikan pemahaman mengenai kecenderungan perilaku membaca berita di kalangan mahasiswa pada portal berita online.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden dan Pola Penggunaan Internet

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 347 responden mahasiswa di Kota Makassar, distribusi responden didominasi oleh mahasiswa dari Universitas Negeri Makassar (26,2%), diikuti Universitas Hasanuddin (22,8%), Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (18,2%), Universitas Muslim Indonesia (17,6%), Universitas Muhammadiyah Makassar (12,7%), dan Universitas Fajar (2,6%). Berdasarkan angkatan, responden relatif merata dengan dominasi angkatan 2021 (28%), sedangkan berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan (55,3%).

Dari sisi perilaku digital, mayoritas responden (94,2%) aktif mengakses internet dalam satu minggu terakhir. Aktivitas utama yang dilakukan meliputi kombinasi komunikasi, hiburan, dan pencarian informasi (44,7%). Temuan ini menguatkan bahwa internet telah menjadi medium utama dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa. Namun demikian, terdapat kecenderungan bahwa akses informasi lebih banyak dilakukan melalui media sosial dibandingkan portal berita secara langsung. Penggunaan kombinasi browser dan media sosial (29,7%) menunjukkan bahwa konsumsi berita cenderung bersifat tidak langsung (indirect exposure), di mana mahasiswa memperoleh berita melalui distribusi konten di platform sosial.

Seluruh responden (100%) menyatakan pernah mengakses portal berita online, dengan portal yang paling banyak diakses adalah kombinasi Kompas.com, Detik.com, dan Tribun Timur (25,9%). Dari sisi perangkat, smartphone menjadi media dominan (51,6%), yang menegaskan pergeseran pola konsumsi media ke arah mobile-based consumption. Meskipun akses tinggi, durasi membaca relatif rendah, dengan mayoritas hanya membaca selama 1–5 menit per hari (28,5%) dan jumlah berita yang dibaca berkisar 1–2 berita per hari (58,2%). Hal ini menunjukkan adanya fenomena quick consumption atau konsumsi informasi secara cepat dan dangkal.

Tabel 1. Frekuensi Identitas Universitas

No	Universitas	Frekuensi	Persentase (%)
1	Universitas Hasanuddin	79	22.8
2	Universitas Negeri Makassar	91	26.2
3	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	63	18.2

4	Universitas Muslim Indonesia	61	17.6
5	Universitas Fajar	9	2.6
6	Universitas Muhammadiyah Makassar	44	12.7
	Total	347	100.0

Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2022, Software SPSS 25

Tabel 2. Frekuensi Mengakses Internet Seminggu Terakhir

No	Mengakses Internet	Frekuensi	Persentase(%)
1	Tidak	20	5.8
2	Ya	327	94.2
	Total	347	100.0

Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2022, Software SPSS 25

Tabel 3. Frekuensi Pernah Mengakses Portal Berita Online

No	Pernah Mengakses	Frekuensi	Persentase(%)
1	Tidak	0	0.0
2	Ya	347	100.0
	Total	347	100.0

Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2022, Software SPSS 25

Tabel 3. Frekuensi Rentang Waktu yang Digunakan untuk Membaca Berita di Portal Berita Online Per Hari

No	Rentang Waktu	Frekuensi	Persentase(%)
1	1-5 menit per hari	99	28.5
2	6-10 menit per hari	88	25.4
3	11-15 menit per hari	83	23.9
4	16-20 menit per hari	22	6.3
5	>20 menit per hari	55	15.9
	Total	347	100.0

Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2022, Software SPSS 25

Temuan ini sejalan dengan penelitian Fitria dkk (2025) yang menyatakan bahwa mahasiswa cenderung mengakses berita secara insidental melalui media sosial. Akan tetapi, penelitian ini menunjukkan perbedaan penting, yaitu seluruh responden (100%) tetap pernah mengakses portal berita secara langsung, sehingga pola konsumsi yang terbentuk bukan semata-mata insidental, melainkan bersifat hybrid (kombinasi akses langsung dan tidak langsung).

Meskipun demikian, durasi membaca berita tergolong rendah, di mana mayoritas responden hanya membaca selama 1–5 menit per hari (28,5%) dan mengonsumsi 1–2 berita per hari (58,2%). Fenomena ini menunjukkan adanya pola quick consumption, yaitu konsumsi informasi yang cepat dan tidak mendalam. Abd dan Sarindat (2025) menyebutkan bahwa generasi digital cenderung menyukai konten singkat dan interaktif. Namun, berbeda dengan penelitian tersebut,

penelitian ini menemukan bahwa meskipun konten dianggap menarik dan mudah diakses, durasi membaca tetap rendah, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara aksesibilitas dan kedalaman konsumsi.

Selain itu, rendahnya durasi membaca juga dapat dikaitkan dengan penelitian Rahmatika dan Hidayanto (2020) serta penelitian tentang clickbait yang menunjukkan bahwa judul yang menarik mampu meningkatkan ketertarikan awal pembaca. Namun, dalam penelitian ini terlihat bahwa ketertarikan tersebut tidak selalu berlanjut pada keterlibatan membaca yang mendalam. Dengan kata lain, berbeda dengan penelitian clickbait yang menekankan peningkatan minat baca, penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik konten lebih banyak memengaruhi klik awal dibandingkan durasi membaca. Rendahnya intensitas membaca juga selaras dengan penelitian Kurniawati dkk (2024) yang menyatakan bahwa keterbatasan waktu dan belum terbentuknya kebiasaan membaca menjadi faktor utama rendahnya aktivitas membaca mahasiswa. Akan tetapi, penelitian ini menunjukkan perbedaan bahwa meskipun intensitas membaca rendah, tingkat minat tidak sepenuhnya berada pada kategori rendah, melainkan didominasi kategori sedang, sehingga menunjukkan adanya potensi minat yang belum teraktualisasi secara optimal.

Jika dikaitkan dengan penelitian Gunawan dan (2025), gaya penyajian berita memiliki pengaruh terhadap minat baca. Namun, penelitian ini memperlihatkan bahwa persoalan utama tidak hanya terletak pada gaya penyajian, melainkan juga pada pola konsumsi mahasiswa yang cenderung cepat dan selektif. Dengan demikian, berbeda dengan penelitian tersebut yang menekankan aspek penyajian, penelitian ini menambahkan bahwa karakteristik perilaku pengguna (user behavior) juga menjadi faktor penting dalam menentukan kedalaman membaca. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola konsumsi berita mahasiswa di Kota Makassar bersifat digital-oriented, mobile-based, dan social-media driven, namun dengan karakteristik konsumsi yang cepat, dangkal, dan berbasis kebutuhan. Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, kontribusi utama penelitian ini terletak pada penegasan bahwa tingginya akses terhadap berita tidak selalu diikuti oleh tingginya kualitas keterlibatan membaca, sehingga menghadirkan perspektif baru mengenai pentingnya memahami reading engagement dalam konteks media digital.

2. Tingkat Minat Mahasiswa dalam Membaca Berita Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat membaca berita mahasiswa di Kota Makassar didominasi oleh kategori sedang (89,0%), diikuti kategori tinggi (6,1%) dan rendah (4,9%). Pengukuran minat didasarkan pada indikator frekuensi membaca, durasi membaca, intensitas membaca secara menyeluruh, serta jumlah berita yang dikonsumsi. Dominasi kategori sedang mengindikasikan bahwa aktivitas membaca berita belum menjadi kebiasaan yang kuat, melainkan masih berada pada level fungsional. Dengan kata lain, mahasiswa cenderung mengakses berita sebagai respons terhadap kebutuhan tertentu, bukan sebagai aktivitas rutin yang terinternalisasi dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 4. Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online

No	Kategori	Frekuensi	Persentase(%)
1	Rendah	17	4.9
2	Sedang	309	89.0
3	Tinggi	21	6.1
Total		347	100.0

Sumber: Software SPSS 25

Penelitian Fitria dkk (2025) yang menemukan bahwa mahasiswa cenderung mengakses berita secara insidental melalui media sosial, bukan sebagai aktivitas rutin. Dalam kedua penelitian, terlihat bahwa konsumsi berita lebih bersifat situasional dan tidak terstruktur. Namun demikian, terdapat perbedaan penting, di mana penelitian Fitria menyoroti tingginya kesadaran literasi media melalui kebiasaan verifikasi informasi, sedangkan dalam penelitian ini aspek tersebut tidak menjadi fokus utama, melainkan lebih menekankan pada intensitas dan kualitas membaca yang masih rendah.

Selanjutnya, temuan penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan penelitian Rahmatika dan Hidayanto (2020) serta studi tentang clickbait pada Ayobandung.com yang menunjukkan bahwa judul sensasional dapat meningkatkan minat membaca. Dalam konteks penelitian ini, meskipun minat berada pada kategori sedang, rendahnya durasi dan kedalaman membaca mengindikasikan bahwa ketertarikan awal yang dipicu oleh judul atau tampilan berita tidak selalu diikuti oleh keterlibatan membaca yang mendalam. Dengan demikian, berbeda dengan penelitian terdahulu yang menekankan efektivitas clickbait dalam meningkatkan minat, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan minat tidak secara otomatis berbanding lurus dengan kualitas konsumsi berita.

Penelitian Abd dan Sarindat (2025) yang menyoroti pengaruh aksesibilitas digital dan preferensi terhadap konten interaktif juga relevan dengan temuan ini. Mahasiswa sebagai digital-native cenderung lebih menyukai konten yang singkat, visual, dan mudah diakses, yang pada akhirnya berkontribusi pada pola membaca cepat (quick consumption). Namun, perbedaan penelitian ini terletak pada fokus analisis, di mana penelitian ini secara empiris menunjukkan bahwa preferensi terhadap format digital tersebut justru berdampak pada rendahnya kedalaman membaca, bukan sekadar perubahan format konsumsi.

Di sisi lain, penelitian Kurniawati dkk (2024) dan Senja dkk (2025) mengungkap bahwa rendahnya minat baca disebabkan oleh faktor internal seperti kurangnya motivasi dan kebiasaan membaca. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa minat masih berada pada kategori sedang dan belum menjadi kebiasaan. Akan tetapi, penelitian ini memberikan kontribusi berbeda dengan menunjukkan bahwa meskipun persepsi terhadap berita cukup positif, hal tersebut tidak cukup kuat untuk mendorong terbentuknya kebiasaan membaca yang intensif. Artinya, terdapat kesenjangan antara sikap (attitude) dan perilaku (behavior) dalam konsumsi berita digital. Selain itu, penelitian Gunawan dan Yoedtadi (2025) mengenai pengaruh gaya penyajian berita menunjukkan bahwa penyajian yang menarik dapat meningkatkan minat baca hingga 54,4%. Temuan ini

relevan dengan hasil penelitian ini, di mana sebagian besar responden menilai berita online menarik. Namun, perbedaannya terletak pada implikasi perilaku, di mana dalam penelitian ini ketertarikan tersebut tidak diikuti oleh peningkatan frekuensi dan kedalaman membaca. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor penyajian saja tidak cukup untuk membentuk minat baca yang tinggi tanpa didukung oleh kebiasaan dan motivasi internal. Berdasarkan karakteristik responden, minat membaca rendah lebih banyak ditemukan pada mahasiswa Universitas Muslim Indonesia, sedangkan minat tinggi relatif lebih banyak pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat sekaligus memperluas temuan penelitian terdahulu dengan menunjukkan bahwa minat membaca mahasiswa di era digital berada dalam kondisi “cukup tetapi dangkal”. Berbeda dengan sebagian penelitian sebelumnya yang menekankan peningkatan minat melalui faktor eksternal seperti clickbait dan gaya penyajian, penelitian ini menegaskan bahwa persoalan utama terletak pada rendahnya internalisasi kebiasaan membaca dan lemahnya keterlibatan kognitif dalam proses membaca itu sendiri.

3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Membaca

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang memengaruhi minat mahasiswa dalam membaca berita di portal berita online di Kota Makassar adalah kebutuhan informasi terkini dan kebutuhan tugas perkuliahan. Kombinasi kedua faktor ini menjadi yang paling dominan dengan persentase sebesar 37,8%, sedangkan faktor hiburan memiliki kontribusi yang relatif kecil. Temuan ini menegaskan bahwa aktivitas membaca berita di kalangan mahasiswa lebih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan kognitif dan akademik dibandingkan kebutuhan afektif. Dalam perspektif teori Uses and Gratifications, hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan khalayak aktif yang secara selektif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan spesifik. Portal berita tidak lagi diposisikan sebagai sumber hiburan utama, melainkan sebagai sarana utilitarian untuk memperoleh informasi dan menunjang aktivitas akademik.

Tabel 5. Tabel Silang Alasan Mengakses Portal Berita Online disilangkan dengan Minat Mahasiswa di Kota Makassar Membaca Berita di Portal Berita Online

Alasan	Kategori			Total (%)
	Rendah (%)	Sedang (%)	Tinggi(%)	
Kebutuhan informasi terkini	5 (29.4)	55 (17.8)	1 (4.8)	61 (17.6)
Kebutuhan tugas kuliah	7 (41.2)	46 (14.9)	2(9.5)	55 (15.9)
Mencari hiburan/kesenangan	2 (11.8)	1 (0.3)	1(4.8)	4 (1.2)
Kebutuhan informasi terkini, Kebutuhan tugas kuliah, dan Mencari hiburan/kesenangan	1 (5.9)	60 (19.4)	7 (33.3)	68 (19.6)
Kebutuhan informasi terkini dan Mencari hiburan/kesenangan	1 (5.9)	15 (4.9)	1 (4.8)	17 (4.9)
Kebutuhan informasi terkini dan Kebutuhan tugas kuliah	1 (5.9)	122 (39.5)	8 (38.1)	131 (37.8)

Kebutuhan tugas kuliah, dan Mencari hiburan/kesenangan	0 (0.0)	9 (2.9)	1 (4.8)	10 (2.9)
Kebutuhan informasi terkini dan mencari informasi kesehatan	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	1 (0.3)
Total	17 (100.0)	309 (100.0)	21 (100.0)	347 (100.0)

Sumber: Olahan data primer, 2022

Jika dianalisis menggunakan konsep Crow (Ernando & Junaidi, 2020), maka faktor-faktor tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama, yaitu inner urges (dorongan internal) berupa kebutuhan informasi terkini, social motives (motif sosial) berupa kebutuhan tugas kuliah, serta emotional motives (emosi) berupa hiburan (Septianti & Frastuti, 2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua faktor pertama lebih dominan dibandingkan faktor emosional, yang mengindikasikan bahwa minat membaca mahasiswa lebih banyak didorong oleh orientasi rasional dan tujuan praktis. Dengan demikian, aktivitas membaca berita dapat dipahami sebagai bagian dari reading for intellectual profit dan reading for work, sementara reading for pleasure belum menjadi motivasi utama.

Temuan ini memiliki kesesuaian dengan penelitian tentang pola konsumsi berita mahasiswa di Blitar (Fitria dkk.,2025) yang menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung mengakses berita secara insidental melalui media sosial. Dalam penelitian tersebut, terlihat bahwa motivasi membaca tidak bersifat intrinsik, melainkan dipicu oleh kebutuhan situasional. Namun, terdapat perbedaan penting, di mana penelitian di Blitar menekankan tingginya kesadaran literasi media melalui verifikasi informasi, sedangkan penelitian ini lebih menyoroti dominasi motif kognitif dan akademik sebagai pendorong utama minat membaca. Hasil penelitian ini juga berbeda dengan penelitian mengenai pengaruh clickbait journalism (Rahmatika & Hidayanto, 2020) yang menemukan bahwa judul sensasional dapat meningkatkan minat baca secara signifikan. Dalam konteks penelitian ini, faktor clickbait atau rangsangan emosional tidak muncul sebagai faktor dominan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun strategi clickbait efektif dalam menarik perhatian awal, minat membaca mahasiswa di Makassar lebih ditentukan oleh kebutuhan fungsional dibandingkan stimulus eksternal. Dengan kata lain, ketertarikan awal tidak selalu bertransformasi menjadi motivasi membaca yang berkelanjutan.

Penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat baca Generasi Z di era digital (Abd & Sarindat, 2025) juga menunjukkan bahwa aksesibilitas teknologi, lingkungan literasi, dan karakteristik konten interaktif menjadi determinan penting. Temuan tersebut sebagian sejalan dengan penelitian ini, terutama dalam hal peran aksesibilitas digital. Namun, penelitian ini memberikan penekanan yang berbeda, yaitu bahwa meskipun akses terhadap informasi sangat mudah, hal tersebut tidak secara otomatis meningkatkan minat membaca jika tidak didorong oleh kebutuhan yang jelas. Dengan demikian, aksesibilitas berfungsi sebagai faktor pendukung, bukan faktor penentu utama. Di sisi lain, penelitian mengenai faktor rendahnya minat baca mahasiswa yang menyoroti kurangnya motivasi internal dan kebiasaan membaca juga sejalan dengan temuan penelitian ini. Rendahnya kontribusi faktor hiburan menunjukkan bahwa membaca (Kurniawati dkk.,2024) belum menjadi aktivitas yang menyenangkan bagi sebagian

besar mahasiswa. Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa meskipun motivasi intrinsik relatif lemah, mahasiswa tetap membaca karena adanya tuntutan akademik dan kebutuhan informasi, sehingga minat membaca tidak sepenuhnya rendah, melainkan berada pada level fungsional.

Selain itu, penelitian tentang gaya penyajian berita (Gunawan & Yoedjadi, 2025) menunjukkan bahwa penyajian yang menarik dapat meningkatkan minat baca secara signifikan (Lidarni & Sari, 2025). Temuan ini relevan dengan kondisi di mana mahasiswa menilai berita online menarik dan bermanfaat. Akan tetapi, berbeda dengan penelitian tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor penyajian bukanlah penentu utama minat membaca. Hal ini terlihat dari dominasi motif kebutuhan informasi dan tugas kuliah dibandingkan faktor emosional, sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik penyajian hanya berperan sebagai faktor pendukung. Adapun penelitian tentang pengaruh clickbait pada judul berita (Senja dkk., 2025) juga menemukan bahwa semakin menarik judul berita, semakin tinggi minat membaca mahasiswa. Namun, dalam penelitian ini, faktor tersebut tidak menjadi dominan, yang menunjukkan adanya perbedaan konteks dan karakteristik responden. Mahasiswa di Makassar cenderung lebih rasional dalam memilih berita, dengan mempertimbangkan relevansi informasi terhadap kebutuhan mereka, bukan sekadar tertarik pada judul yang sensasional.

Penelitian ini menunjukkan bahwa minat membaca berita mahasiswa di era digital lebih banyak dipengaruhi oleh faktor utilitarian dibandingkan faktor emosional. Berbeda dengan sebagian penelitian terdahulu yang menekankan peran stimulus eksternal seperti clickbait dan gaya penyajian, penelitian ini menegaskan bahwa kebutuhan informasi dan tuntutan akademik merupakan determinan utama yang membentuk perilaku membaca mahasiswa. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bahwa peningkatan minat membaca tidak cukup hanya melalui perbaikan konten dan penyajian, tetapi juga perlu mendorong internalisasi kebiasaan membaca sebagai bagian dari kebutuhan intrinsik mahasiswa.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa minat mahasiswa di Kota Makassar dalam membaca berita melalui portal berita online berada pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa aktivitas membaca belum menjadi kebiasaan yang kuat, melainkan masih bersifat fungsional dan didorong oleh kebutuhan tertentu, terutama kebutuhan informasi terkini dan tugas perkuliahan. Temuan ini mengungkap adanya kesenjangan antara persepsi dan perilaku, di mana mahasiswa menilai berita sebagai menarik, bermanfaat, dan layak, namun tidak diikuti dengan intensitas membaca yang tinggi dan mendalam. Dibandingkan penelitian terdahulu, penelitian ini menegaskan bahwa minat baca tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti clickbait, gaya penyajian, dan karakteristik konten, tetapi lebih dominan oleh faktor internal dan akademik. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi digital melalui integrasi teori Uses and Gratifications dan konsep faktor minat Crow, serta memberikan pemahaman kontekstual tentang perilaku konsumsi berita mahasiswa di tingkat lokal. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji hubungan antara literasi

digital, algoritma media sosial, dan kedalaman membaca, serta menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) agar dapat menangkap dinamika perilaku membaca secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd, M. N., & Sarindat, J. (2025). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BACA GENERASI Z PADA ERA DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika*, 07(02), 149–157.
- Ernando, A., & Junaidi. (2020). Minat Belajar pada Mata Pelajaran Sosiologi Siswa Berlatarbelakang Broken Home di SMA Adabiah Padang. *SIKOLA*, 2(2), 93–100.
- Fitria, I. N., Hariri, M. M., & Zulianingsih, S. (2025). Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Perguruan Tinggi di Blitar Terhadap Berita Melalui Platform Berita Online Lokal. *MEKOMDA: Media Komunikasi Dakwah*, 3(1), 10–17.
- Gunawan, M. O., & Yoedtadi, M. G. (2025). Gaya Penyajian Berita Kumparan dan Minat Baca Generasi Z di Media Digital. *Koneksi*, 551–558.
- Kurniawati, A. P., Istiqomah, L. N., Rahmawati, L., & Maharani, S. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Membaca Pada Mahasiswa. *JURNAL PENDIDIKAN DEWANTARA*, 2(2), 65–72.
- Kustiawan, W., Madani, A. L., Zahra, L. A., Anggraini, R. T., & Fadila, F. (2025). TEKNIK PENYAJIAN BERITA CETAK, RADIO, TELEVISI DAN MEDIA ONLINE. *Jurnal Transformasi Pendidikan Modern*, 6(1), 414–429.
- Lidarni, N., & Sari, N. (2025). Analisis Pengaruh Informasi Konten Dan Visualisasi Laman Terhadap Minat Baca Pada Lampost.Co. *Seminar Nasional Darmajaya*, 204–212.
- Nugraha, M. R., Suseno, N. S., Utami, R., & Suyatman, D. (2025). POLA KONSUMSI BERITA DAN TINGKAT LITERASI MEDIA PADA GENERASI Z DI KOTA GARUT. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasidan Informasi*, 10(3), 669–683.
- Putri, N., & Irma, A. (2023). Media Sosial dan Isolasi Digital (Kajian Teori Information Gaps pada Algoritma Filter Bubble). *Journal Sadida: Islamic Communication and Media Studies*, 3(1), 17–32.
- Rahmatika, N., & Hidayanto, S. (2020). PENGARUH CLICKBAIT JOURNALISM TERHADAP MINAT BACA GENERASI Z. *JURNALISA: Jurnal Jurusan Jurnalistik*, 06(November 2020), 270–290.
- Sari, E. M., Ramadhani, N. K., Jannah, D. R., & Ainun, A. (2024). Menurunnya Minat Literasi di Era Disrupsi: Studi Kualitatif tentang Pengaruh Media Digital terhadap Kebiasaan Membaca Masyarakat. *Journal of Society and Development*, 04(01).
- Satria, M. D., Azzahra, G. N., & Syahril, A. (2025). Strategi Clickbait vs Judul Kredibel: Studi Komparatif Okezone.com dan Tempo.co dalam Media Berita Digital. *Jurnal Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi Dan*

- Penyiaran Islam*, 1(1), 87–96.
- Senja, K., Ekantoro, J., & Setyarahajoe, R. (2025). Pengaruh Penggunaan Clickbait pada Judul Berita di Ayobandung.com Terhadap Minat Baca Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Bhayangkara Surabaya. *Humanitaria : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 04(02).
- Septianti, D., & Frastuti, M. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Berbasis Internet, Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang. *JURNAL ILMIAH EKONOMI GLOBAL MASA KINI*, 10(02), 130–138.
- Suciati, T. N., & Puspita, R. (2019). BUKAN HANYA SITUS BERITA : IKHTISAR DAN TREN JURNALISME ONLINE INDONESIA. *Journal of Strategic Communication*, 9(2).
- Uluum, D. C., Musli, & Mustar. (2025). Pendidikan Bahasa Arab untuk Generasi Z: Strategi Adaptasi Pengajaran di Era Digital. *JlIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(April), 3768–3774.
- Wardhana, A. W. P., & Laksmi. (2025). Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Online tentang Rendahnya Literasi dan Minat Baca di Indonesia. *Deiksis*, 17(1), 1–12. <https://doi.org/10.30998/deiksis.v17i1.23881>