

Di Era *Scroll* Tanpa Henti, Gen Z Mulai Kembali Membaca Buku



Shifa Regita

Dosen Bisnis Digital Universitas Tarakanita

Selama beberapa tahun terakhir, Generasi Z atau kita akrab sebut dengan Gen Z sering menjadi sasaran kritik sebagai generasi yang lebih akrab dengan media sosial daripada buku. Kehadiran Tiktok, Instagram Reels, YouTube Shorts, hingga berbagai *platform* berbasis video pendek dianggap telah mengubah pola konsumsi informasi menjadi serba instan. Fenomena *doom scrolling* atau kebiasaan menghabiskan waktu tanpa henti untuk mengonsumsi konten, membuat banyak pihak khawatir bahwa kemampuan membaca mendalam semakin memudar. Kekhawatiran ini bukan tanpa alasan. Rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu berjam-jam setiap hari di media sosial. Cara kerja algoritma media sosial mendorong pengguna untuk terus mengonsumsi konten yang relevan dengan minat mereka. Setiap konten yang selesai ditonton akan segera digantikan oleh konten lain yang serupa, sehingga perhatian pengguna terus terjaga. Pola konsumsi informasi yang serba cepat ini membuat sebagian orang semakin terbiasa dengan bacaan singkat. Sebaliknya, membaca buku yang membutuhkan fokus dan refleksi dalam waktu yang lebih panjang menjadi aktivitas yang mulai jarang dipilih.

Namun, jika kita melihat lebih dekat fenomena yang terjadi saat ini, terdapat sebuah paradoks yang menarik. Di tengah budaya *scroll* tanpa henti, justru muncul gelombang baru anak muda yang kembali membaca buku. Fenomena ini tidak hanya terlihat dari semakin ramainya komunitas pembaca di media sosial, tetapi juga meningkatkan penjualan buku, munculnya klub baca, hingga viralnya berbagai judul buku pengembangan diri dari kalangan muda.

Pertanyaannya, apakah Gen Z benar-benar kembali membaca? Ataukah buku kini sekedar menjadi bagian dari tren media sosial?

Media Sosial Justru Menjadi Gerbang Literasi Baru

Menariknya, kebangkitan minat membaca di kalangan Gen Z tidak terjadi dengan cara yang konvensional. Ironinya, media sosial yang selama ini dianggap sebagai penyebab menurunnya budaya membaca justru berperan sebagai pintu masuk bagi lahirnya kembali minat literasi.

Berbagai komunitas seperti BookTok di Tiktok, Bookstagram di Instagram, hingga para *influencer* buku dan komunitas membaca di *digital platform* mengubah cara buku diperkenalkan kepada generasi muda.

Alih-alih mengulas isi buku secara formal, para kreator konten menghadirkan rekomendasi buku melalui cerita personal, cuplikan kutipan yang menarik, maupun pengalaman emosional setelah membaca. Pendekatan yang lebih autentik tersebut membuat buku terasa lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari. Akibatnya, banyak judul buku yang sebelumnya kurang dikenal justru mengalami peningkatan penjualan secara signifikan setelah menjadi viral di media sosial.

Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak selalu menjadi ancaman bagi budaya literasi. Sebaliknya, ketika dimanfaatkan secara tepat, *platform* digital dapat berfungsi sebagai media promosi literasi yang efektif. Dengan karakteristik Gen Z yang cenderung mengandalkan rekomendasi dari komunitas dan *peer influence*, keputusan untuk membaca sering kali diawali oleh konten singkat yang mereka temui di media sosial.

Perubahan lain yang cukup menarik adalah bergesernya motivasi membaca. Jika sebelumnya membaca identik dengan tuntutan akademik atau kebutuhan memperoleh informasi, kini aktivitas tersebut juga menjadi bagian dari gaya hidup (*lifestyle*). Membaca dipandang sebagai sarana pengembangan diri, menjaga kesehatan mental hingga membangun identitas personal. Hal ini terlihat dari meningkatnya minat terhadap buku-buku bertema *self-improvement*, psikologi populer, kesehatan mental, produktivitas, keuangan pribadi, hingga pengembangan karir. Bagi sebagian Gen Z membaca bukan lagi sekedar menambah pengetahuan, tetapi juga menjadi ruang refleksi di tengah kehidupan digital yang serba cepat dan penuh distraksi.

Meskipun demikian, fenomena ini juga perlu disikapi secara kritis. Tidak semua aktivitas membaca mencerminkan proses literasi yang mendalam. Dalam beberapa kasus, buku dapat berubah menjadi bagian dari simbol identitas atau tren media sosial. Fenomena reading challenge, memamerkan koleksi buku, atau mengejar jumlah buku yang selesai dibaca terkadang lebih menonjol dibandingkan proses memahami isi bacaan itu sendiri.

Oleh karena itu, indikator meningkatnya minat baca tidak cukup diukur dari jumlah buku yang dibeli atau dipamerkan, tetapi juga dari kualitas pemahaman, kemampuan berpikir kritis, dan refleksi yang dihasilkan setelah membaca. Serta peran media sosial sebagai gerbang literasi perlu diimbangi dengan kemampuan berpikir kritis agar aktivitas membaca tidak berhenti pada konsumsi konten, tetapi berkembang menjadi proses refleksi dan pembelajaran yang bermakna.

Peran Perguruan Tinggi dalam Membangun Budaya Literasi

Fenomena kembalinya minat membaca dikalangan Gen Z menjadi peluang yang perlu dimanfaatkan oleh perguruan tinggi. Literasi di era digital tidak lagi hanya berarti kemampuan membaca teks, tetapi juga kemampuan menyaring informasi, mengevaluasi kredibilitas sumber, serta menghubungkan berbagai perspektif secara kritis. Dengan kata lain, kemampuan *deep reading* menjadi kompetensi yang semakin penting ditengah banjir informasi digital.

Perguruan tinggi memiliki peran strategis untuk menciptakan ekosistem literasi yang relevan dengan karakteristik generasi saat ini. Penguatan budaya membaca tidak harus selalu diwujudkan melalui tugas membaca yang bersifat formal, tetapi juga dapat dilakukan melalui diskusi buku, klub baca, integrasi buku populer dengan materi perkuliahan, maupun pemanfaatan media sosial sebagai ruang berbagi refleksi akademik. Pendekatan yang kontekstual seperti ini berpotensi membuat aktivitas membaca terasa lebih dekat dengan kehidupan mahasiswa.

Penutup

Pada akhirnya, pertanyaan mengenai apakah Gen Z masih gemar membaca mungkin tidak dapat dijawab secara sederhana dengan ya atau tidak. Yang berubah bukanlah minat membacanya semata, melainkan cara mereka menemukan, memilih, dan memaknai buku. Di tengah derasnya arus informasi digital, sebagian anak muda justru mulai menyadari pentingnya menyediakan ruang untuk membaca secara lebih tenang, mendalam dan reflektif.

Paradoks inilah yang menjadi pelajaran penting bagi dunia pendidikan. Teknologi tidak selalu menjadi lawan literasi. sebaliknya, ketika digunakan secara bijaksana, teknologi dapat menjadi jembatan yang menghubungkan generasi muda dengan budaya membaca. Tantangan sesungguhnya bukan sekedar mengajak Gen Z kembali membuka buku, melainkan membangun kebiasaan membaca yang mampu melahirkan pemikiran kritis serta empati. /GN

Daftar Pustaka

- Bagaskara. (2024). *Simak Preferensi Bacaan Gen Z 2024*. Retrieved from Faktor kenyamanan menjadi kunci utama populernya physical book di era digitalisasi.: <https://goodstats.id/article/physical-book-or-e-book-menelusuri-preferensi-bacaan-gen-z-2024-5Qb7l>
- GRC. (2026). *Minat Baca Masyarakat Indonesia Meningkat! Gen Z penyumbang terbesar*. Retrieved from <https://www.at-grc.com/post/minat-baca-masyarakat-indonesia-meningkat-gen-z-penyumbang-terbesar>
- GoodStats.id. (2025). *Survei GoodStats: Masih gemarkah publik Indonesia baca buku di era digital*. Retrieved from <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-masih-gemarkah-publik-indonesia-baca-buku-di-era-digital-b2rhO>
- Kompas.id. (2025). *Kala Generasi Digital Kembali Membaca Buku Cetak*. Retrieved from <https://www.kompas.id/artikel/kala-generasi-digital-kembali-membaca-buku-cetak>
- OECD. (2023). PISA 2022 Assessment and Analytical Framework. *OECD Publishing*.
- Nurhasan Nurhasan, M. R. (2025). Revitalisasi Literasi di Era Digital: Peran Generasi Z dalam Gerakan Membaca. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3).
- Aswini Febrianti, H. M. (2026). Krisis Literasi di Kalangan Mahasiswa: Analisis Penyebab Minat Baca Menurun di Era Digital. *Jurnal Bahasa dan Sastra Universitas Makasar*, 7(1), 38-47.