

Strategi Penelusuran Informasi Buku Oleh Pengguna Tiktok Melalui #booktok

Anggi Azhari¹, Franindya Purwaningtyas²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, 20353

Abstract	Article Info
<i>The development of social media has transformed the way users discover, select, and interpret book information in the digital space. TikTok, through #BookTok, has developed into an information search space that allows users to obtain book recommendations through video reviews, comments, and other users' reading experiences. This study aims to determine consumers' book search strategies through the use of #BookTok on TikTok. This study employed a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques were conducted through interviews and observations of TikTok users who actively use #BookTok to search for book information. The results show that users' information search process occurs through several stages: the emergence of information needs, content exploration through the #BookTok hashtag, comparison of book reviews, selection of information based on genre, ratings, and comments from other users, and finally, decision-making about which book to read or purchase. This study also found that TikTok features such as hashtags, video reviews, and comments support a visual, participatory, and interactive information search process. Furthermore, users utilize #BookTok not only to obtain book information but also to construct meaning for books through social experiences and the perspectives of other users in the digital social space.</i>	Article history: Recived : 29 Mei 2026 Revised : 19 Juni 2026 Accepted: 3 Juli 2026 Keywords: <i>Digital social space. Information search Information behavior Tiktok #Booktok,</i>
Corresponding Author: Azhari. anggi0601222045@uinsu.ac.id	

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara masyarakat dalam memperoleh, mengakses, dan menelusuri informasi. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkembang menjadi ruang pertukaran informasi yang memungkinkan pengguna memperoleh berbagai jenis informasi secara cepat dan interaktif. Dalam konteks literasi digital, perubahan tersebut turut memengaruhi cara pengguna menemukan dan memilih informasi buku. Pengguna kini cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sumber rekomendasi bacaan melalui konten visual, review singkat, dan pengalaman pengguna lain yang dibagikan secara daring. Perubahan perilaku tersebut menunjukkan bahwa aktivitas penelusuran informasi mengalami transformasi dari bentuk konvensional menuju ruang sosial digital yang lebih partisipatif dan visual (Wilson, 1999).

Salah satu media sosial yang berkembang sebagai ruang penelusuran informasi buku adalah TikTok. TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang diluncurkan pada tahun 2016 oleh ByteDance dan mulai berkembang secara global pada tahun 2018 (Kaye et al., 2021). TikTok menjadi platform yang banyak digunakan pengguna untuk mencari berbagai informasi, termasuk rekomendasi buku dan pengalaman membaca pengguna lain. Kehadiran #BookTok, yang mulai populer sejak tahun 2020 sebagai kumpulan konten dan komunitas pembaca di TikTok (Flores & Wang, 2023), membentuk ruang digital yang mempertemukan pengguna melalui konten-konten mengenai buku, review bacaan, kutipan cerita, hingga rekomendasi novel populer. #BookTok berfungsi sebagai sarana untuk menemukan, membandingkan, dan mengevaluasi informasi buku, serta dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, seperti pelajar, mahasiswa, pembaca aktif, kreator konten, penulis, penerbit, dan masyarakat umum yang memiliki minat terhadap buku. #BookTok berkembang sebagai fenomena digital yang memengaruhi cara pengguna menemukan dan memilih buku melalui interaksi sosial

digital. Pengguna tidak hanya memperoleh informasi mengenai isi buku, tetapi juga memperoleh pengalaman emosional dan perspektif pengguna lain terhadap bacaan tertentu.

Fenomena #BookTok menunjukkan adanya perubahan perilaku penelusuran informasi pengguna dalam ruang sosial digital. Aktivitas pencarian informasi buku tidak lagi hanya dilakukan melalui katalog perpustakaan, toko buku, atau mesin pencarian formal, tetapi juga melalui hashtag, video review, komentar, dan rekomendasi pengguna lain di media sosial. Dalam konteks ini, hashtag berfungsi sebagai alat navigasi informasi yang membantu pengguna menemukan kelompok konten tertentu berdasarkan tema, genre, dan rekomendasi bacaan. Pengguna memanfaatkan hashtag untuk mempercepat proses pencarian informasi dan memperluas eksplorasi terhadap berbagai pilihan buku yang tersedia di TikTok.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku literasi dan pencarian informasi pengguna. Penelitian yang dilakukan oleh Wilson (1999) menjelaskan bahwa perilaku penelusuran informasi muncul karena adanya kebutuhan informasi yang mendorong individu mencari sumber informasi tertentu. Dalam konteks media sosial, kebutuhan tersebut mendorong pengguna memanfaatkan platform digital sebagai sarana memperoleh informasi yang dianggap relevan dengan kebutuhan mereka. Selanjutnya, penelitian Kuhlthau menjelaskan bahwa proses penelusuran informasi berlangsung melalui beberapa tahapan, mulai dari inisiasi kebutuhan informasi, eksplorasi informasi, seleksi informasi, hingga pembentukan pemahaman terhadap informasi yang ditemukan.

Penelitian mengenai #BookTok juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian Flores dan Wang (2023) menunjukkan bahwa #BookTok berperan dalam meningkatkan minat baca dan memengaruhi keputusan pembelian buku melalui konten review pengguna di TikTok. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa rekomendasi buku melalui video singkat membuat pengguna lebih tertarik terhadap buku tertentu karena penyampaian informasi yang bersifat visual dan emosional. Selain itu, penelitian Dera (2024) menunjukkan bahwa #BookTok berkembang sebagai budaya literasi digital baru yang mempertemukan pengguna melalui aktivitas berbagi pengalaman membaca dan rekomendasi buku di media sosial.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Davidson (2022) menunjukkan bahwa pengguna media sosial memanfaatkan hashtag sebagai alat navigasi informasi dalam ruang digital. Hashtag membantu pengguna menemukan informasi berdasarkan kategori tertentu dan mempercepat proses eksplorasi informasi dalam media sosial. Selanjutnya, penelitian Hopkins (2016) mengenai affordances media sosial menjelaskan bahwa fitur-fitur media digital, seperti hashtag, komentar, dan video, memungkinkan pengguna melakukan aktivitas pencarian, interaksi, dan pertukaran informasi sesuai kebutuhan mereka.

Meskipun demikian, perlu dipahami bahwa #BookTok tidak menyediakan informasi yang utuh mengenai sebuah buku, melainkan hanya menyajikan informasi awal yang bersifat terbatas, seperti ulasan singkat, kutipan cerita, rekomendasi, dan pengalaman membaca pengguna lain. Oleh karena itu, #BookTok diposisikan sebagai pintu masuk (*entry point*) dalam proses penelusuran informasi, bukan sebagai sumber informasi utama. Pengguna tetap memerlukan penelusuran lanjutan melalui sumber lain, seperti sinopsis resmi, Goodreads, Google, katalog perpustakaan, maupun platform literasi lainnya untuk memenuhi kebutuhan informasi secara lebih komprehensif terkait buku yang diinginkan.

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah membahas #BookTok, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengaruh #BookTok terhadap minat baca, pemasaran buku, dan budaya populer digital. Penelitian sebelumnya belum banyak membahas bagaimana strategi penelusuran informasi buku dilakukan pengguna melalui #BookTok dalam konteks ruang sosial digital. Selain itu, penelitian sebelumnya juga masih terbatas dalam menjelaskan bagaimana pengguna melakukan seleksi dan pemakaian informasi buku yang ditemukan melalui TikTok.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan karena perkembangan media sosial telah membentuk pola baru dalam aktivitas penelusuran informasi pengguna, khususnya dalam menemukan dan memilih buku. Secara global, TikTok menjadi salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan pengguna yang sangat pesat. Laporan DataReportal (2025) menunjukkan bahwa TikTok memiliki lebih dari 1,58 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. Di Indonesia, TikTok menempati posisi sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan, dengan jumlah pengguna mencapai sekitar 107 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas, sehingga menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia (DataReportal, 2025).

Fenomena tersebut juga berdampak pada perkembangan budaya literasi digital melalui kemunculan tagar #BookTok. Hingga tahun 2025, tagar #BookTok telah ditonton lebih dari 400 miliar kali secara global dan berkembang menjadi ruang berbagi rekomendasi buku, ulasan bacaan, serta pengalaman membaca yang melibatkan jutaan pengguna TikTok (TikTok Newsroom, 2025). Kehadiran #BookTok tidak hanya meningkatkan popularitas buku tertentu, tetapi juga mengubah cara pengguna menemukan, membandingkan, dan menentukan pilihan bacaan melalui konten video yang bersifat visual dan partisipatif. Menurut Forbes (2025), #BookTok telah memperoleh sekitar 370 miliar tayangan (views) dan lebih dari 52 juta konten (creations) yang dipublikasikan oleh pengguna TikTok di seluruh dunia. Hal ini menunjukkan bahwa #BookTok telah berkembang menjadi fenomena literasi digital global yang memengaruhi kebiasaan pengguna dalam menemukan dan memilih buku. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu perpustakaan dan informasi, khususnya mengenai perilaku penelusuran informasi pengguna dalam ruang sosial digital serta perkembangan media sosial sebagai sarana penelusuran informasi buku.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Teori Perilaku Penelusuran Informasi Wilson

Teori perilaku penelusuran informasi yang dikemukakan oleh Wilson menjelaskan bahwa perilaku informasi muncul karena adanya kebutuhan informasi yang mendorong individu melakukan pencarian informasi melalui sumber tertentu (Wilson, 1999). Dalam konteks penelitian ini, kebutuhan pengguna terhadap rekomendasi buku, review bacaan, dan informasi mengenai buku tertentu mendorong pengguna memanfaatkan TikTok melalui tagar #BookTok sebagai sarana penelusuran informasi.

Teori Wilson digunakan dalam penelitian ini untuk memahami motif dan kebutuhan informasi pengguna dalam memanfaatkan #BookTok sebagai ruang penelusuran informasi buku di media sosial.

2.2 Teori Information Search Proses (ISP) Kuhlthau

Teori Information Search Process (ISP) yang dikemukakan oleh Kuhlthau menjelaskan bahwa proses penelusuran informasi berlangsung melalui beberapa tahapan, yaitu initiation, selection, exploration, formulation, collection, dan presentation (Kuhlthau, 2018). Teori ini digunakan sebagai alat analisis untuk memahami strategi penelusuran informasi pengguna melalui #BookTok di TikTok.

Dalam penelitian ini, tahapan proses penelusuran informasi pengguna dijelaskan sebagai berikut:

- Initiation (Inisiasi)
Pengguna mulai menyadari adanya kebutuhan informasi terhadap buku tertentu, seperti kebutuhan mencari rekomendasi bacaan, review buku, atau referensi genre tertentu.
- Selection (Seleksi)
Pengguna memilih TikTok dan tagar #BookTok sebagai sumber atau pintu masuk penelusuran informasi buku karena dianggap lebih cepat, visual, dan mudah dipahami.
- Exploration (Eksplorasi)

Pengguna mulai mengeksplorasi berbagai video review, komentar, rekomendasi buku, dan pengalaman membaca pengguna lain melalui #BookTok.

- Formulation (Perumusan)
Pengguna mulai menentukan dan memahami informasi yang dianggap relevan berdasarkan genre, isi review, rating, dan kesesuaian buku dengan preferensi pribadi.
- Collection (Pengumpulan)
Pengguna mengumpulkan berbagai informasi tambahan mengenai buku melalui komentar, media sosial lain, rating buku, maupun review tambahan sebelum menentukan pilihan bacaan.
- Presentation (Penyajian/Pengambilan Keputusan)
Pengguna menentukan keputusan terhadap buku yang akan dibaca, dibeli, atau direkomendasikan kembali kepada pengguna lain berdasarkan hasil penelusuran informasi yang telah dilakukan.

Teori ISP Kuhlthau digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis tahapan strategi penelusuran informasi pengguna melalui #BookTok dalam ruang sosial digital.

2.3 Teori Affordances Media Sosial

Menurut Hopkins (2016), affordances merupakan kemampuan fitur media digital yang memungkinkan pengguna melakukan aktivitas tertentu sesuai kebutuhan mereka. Dalam konteks media sosial, affordances dapat berupa hashtag, komentar, video, dan fitur pencarian yang mempermudah pengguna menemukan dan mengeksplorasi informasi.

Dalam penelitian ini, affordances TikTok terlihat melalui:

- hashtag #BookTok sebagai alat navigasi informasi,
- video review sebagai sarana penyampaian informasi buku secara visual,
- komentar sebagai ruang pertukaran opini dan pengalaman pengguna,
- fitur pencarian yang membantu pengguna menemukan informasi buku berdasarkan tema atau genre tertentu.

Teori affordances digunakan untuk memahami bagaimana fitur TikTok mendukung aktivitas penelusuran informasi pengguna dalam ruang sosial digital.

2.4 Seleksi dan Pemaknaan Informasi Buku

Seleksi informasi merupakan proses pengguna dalam memilih dan menentukan informasi yang dianggap relevan dengan kebutuhan mereka. Dalam proses penelusuran informasi digital, pengguna tidak langsung menerima seluruh informasi yang ditemukan, tetapi melakukan evaluasi dan perbandingan terhadap berbagai sumber informasi sebelum menentukan keputusan tertentu.

Dalam penelitian ini, pengguna melakukan seleksi informasi dengan:

- membandingkan beberapa review buku,
- membaca komentar pengguna lain,
- melihat rating buku,
- mencari informasi tambahan melalui platform lain.

Selain itu, pengguna memaknai informasi buku tidak hanya sebagai informasi deskriptif, tetapi juga sebagai pengalaman sosial dan emosional yang dibentuk melalui review visual dan pengalaman membaca pengguna lain di TikTok. Media sosial tidak hanya menjadi saluran penyebaran informasi, tetapi juga membentuk pengalaman informasi pengguna melalui interaksi, partisipasi, dan pertukaran informasi dengan pengguna lain (Priatna et al., 2024). Konsep ini digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menyeleksi dan memaknai informasi buku yang ditemukan melalui #BookTok dalam konteks sosial digital.

2.5 Kerangka Berpikir Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi penelusuran buku oleh konsumen melalui pemanfaatan #BookTok di TikTok. TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan menemukan berbagai informasi melalui fitur video, hashtag, komentar, serta fitur pencarian. Dalam perkembangannya,

TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang sebagai ruang sosial digital yang dimanfaatkan pengguna untuk memperoleh berbagai informasi, termasuk informasi mengenai buku dan rekomendasi bacaan.

Salah satu fenomena yang berkembang di TikTok adalah #BookTok, yaitu kumpulan konten yang berisi ulasan buku, rekomendasi bacaan, kutipan cerita, serta pengalaman membaca yang dibagikan oleh pengguna. Kehadiran #BookTok menunjukkan adanya perubahan perilaku penelusuran informasi, di mana pengguna tidak lagi hanya mengandalkan sumber informasi formal, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mencari, membandingkan, dan memaknai informasi buku.

Kebutuhan informasi pengguna menjadi faktor yang mendorong aktivitas penelusuran informasi melalui media sosial. Pengguna kemudian memanfaatkan affordances TikTok, seperti hashtag, video review, komentar, dan fitur pencarian untuk menemukan dan mengeksplorasi informasi buku.

Proses penelusuran informasi dianalisis menggunakan teori Information Search Process (ISP) Kuhlthau yang meliputi tahapan *initiation*, *selection*, *exploration*, *formulation*, *collection*, dan *presentation*. Pada tahap akhir, pengguna melakukan seleksi dan pemaknaan informasi terhadap berbagai informasi buku yang ditemukan melalui #BookTok sebelum menentukan keputusan membaca atau membeli buku.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi penelusuran buku yang dilakukan pengguna TikTok melalui tagar #BookTok. Subjek penelitian adalah empat orang informan Generasi Z berusia 19–23 tahun yang berdomisili di Kota Medan dan aktif menggunakan TikTok, khususnya #BookTok, untuk mencari informasi dan rekomendasi buku. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) aktif menggunakan TikTok, (2) pernah menelusuri informasi buku melalui #BookTok, dan (3) menggunakan informasi yang ditemukan sebagai dasar dalam memilih bacaan. Penelitian dilakukan pada ruang digital TikTok sehingga lokasi penelitian bersifat virtual dan tidak terikat wilayah geografis tertentu, namun pemilihan informan dibatasi pada pengguna yang berasal dari Kota Pematangsiantar agar data yang diperoleh lebih terfokus dan kontekstual. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi digital, dan dokumentasi. Pedoman wawancara disusun berdasarkan teori kebutuhan informasi Wilson dan tahapan *Information Search Process* (ISP) Kuhlthau yang mencakup *initiation*, *selection*, *exploration*, *formulation*, *collection*, dan *presentation*. Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan pengecekan konsistensi temuan antar informan untuk memastikan kesesuaian pola strategi penelusuran yang diperoleh.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 #Booktok Sebagai Pintu Pencarian Informasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna memanfaatkan tagar #BookTok sebagai pintu masuk dalam melakukan penelusuran informasi buku di TikTok. Pengguna menggunakan hashtag tersebut untuk menemukan rekomendasi bacaan, review buku, serta informasi mengenai genre dan isi cerita tertentu. Dalam konteks ini, hashtag berfungsi sebagai alat navigasi informasi yang membantu pengguna menemukan kelompok konten sesuai kebutuhan informasi mereka.

Menurut Nanda Selaku Informan menyatakan: “Saya biasanya langsung cari hashtag #BookTok di TikTok kalau mau cari rekomendasi buku atau lihat buku yang lagi ramai dibahas.” (Wawancara, 16 Mei 2026). Pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa hashtag menjadi titik awal dalam proses penelusuran informasi buku. Hal serupa juga diungkapkan oleh Shalu yang

menyatakan, "Kalau lihat video buku yang menarik, saya biasanya klik hashtag #BookTok buat lihat rekomendasi lain yang mirip" (Wawancara, 12 Mei 2026). Pernyataan kedua informan tersebut menunjukkan bahwa hashtag #BookTok dimanfaatkan sebagai sarana untuk menemukan informasi dan rekomendasi buku yang relevan dengan minat pengguna.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengguna menjadikan #BookTok sebagai sumber awal penelusuran informasi karena dianggap lebih cepat, visual, dan mudah dipahami dibandingkan sumber informasi formal. Video review yang singkat dan komunikatif membantu pengguna memperoleh gambaran isi buku dalam waktu singkat. Noprianto (2018) menjelaskan bahwa media sosial dimanfaatkan tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga untuk berbagi dan memperoleh informasi secara cepat. Dalam penelitian ini, fungsi tersebut terlihat melalui pemanfaatan #BookTok sebagai pintu masuk pencarian informasi buku oleh pengguna TikTok. Dalam konteks teori perilaku informasi Wilson (1999), kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap informasi buku mendorong pengguna mencari sumber informasi yang dianggap relevan dan mudah diakses. Pengguna memilih TikTok dan #BookTok sebagai media penelusuran karena mampu menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka secara cepat.

Penelitian ini menunjukkan bahwa hashtag tidak hanya berfungsi sebagai penanda konten, tetapi juga sebagai pintu pencarian informasi dalam ruang sosial digital. Pengguna memanfaatkan hashtag untuk memperluas eksplorasi informasi melalui video, komentar, dan pengalaman membaca pengguna lain yang tersedia di TikTok.

4.2 Penelusuran Informasi Melalui #Booktok

Proses penelusuran informasi pengguna melalui #BookTok berlangsung secara bertahap sesuai dengan model Information Search Process (ISP) dari Kuhlthau. Pengguna tidak hanya mencari informasi secara sederhana, tetapi melakukan eksplorasi, seleksi, dan evaluasi informasi sebelum menentukan pilihan bacaan.

- Initiation

Pada tahap initiation, pengguna mulai menyadari adanya kebutuhan terhadap informasi buku tertentu. Kebutuhan tersebut muncul karena rasa penasaran terhadap buku yang sedang populer, keinginan mencari referensi bacaan baru, atau kebutuhan memperoleh ulasan sebelum membaca maupun membeli buku. Nanda menyatakan, "*Biasanya saya cari buku di BookTok karena penasaran sama buku yang sering muncul di TikTok*" (Wawancara, 16 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemunculan konten buku yang berulang di TikTok dapat memicu rasa ingin tahu pengguna terhadap suatu buku.

Temuan ini sejalan dengan pernyataan Indri yang mengungkapkan, "*Saya pakai BookTok kalau lagi cari bacaan baru atau mau tahu review buku sebelum beli*" (Wawancara, 13 Mei 2026). Pernyataan Indri menunjukkan bahwa kebutuhan akan rekomendasi dan ulasan buku menjadi alasan utama dalam memanfaatkan hashtag BookTok sebagai sumber informasi.

Berdasarkan kedua pernyataan informan tersebut, dapat dipahami bahwa kebutuhan informasi menjadi faktor utama yang mendorong pengguna melakukan aktivitas penelusuran informasi melalui media sosial. Dalam penelitian ini, kebutuhan terhadap rekomendasi, ulasan, dan informasi mengenai buku yang sedang populer menjadi titik awal munculnya aktivitas pencarian informasi pengguna TikTok melalui hashtag BookTok.

- **Selection**

Pada tahap selection, pengguna mulai memilih TikTok dan hashtag #BookTok sebagai sumber informasi yang dianggap relevan dengan kebutuhan mereka. Pengguna menilai bahwa TikTok mampu menyediakan informasi buku secara cepat, mudah diakses, dan menarik melalui format video singkat.

Husein menyatakan, "*Saya lebih suka cari di BookTok karena review-nya singkat dan langsung kasih gambaran isi bukunya*" (Wawancara, 15 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengguna memilih #BookTok karena informasi yang disajikan dapat membantu mereka memperoleh gambaran umum mengenai isi buku secara efisien. Temuan ini diperkuat oleh pernyataan Shalu yang mengungkapkan, "*TikTok lebih gampang dipakai buat cari rekomendasi buku dibanding harus cari satu-satu di internet*" (Wawancara, 12 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses dan proses pencarian menjadi pertimbangan utama pengguna dalam memilih TikTok sebagai sumber informasi.

- **Exploration**

Pada tahap exploration, pengguna mulai mengeksplorasi berbagai video ulasan, komentar, dan rekomendasi buku yang ditemukan melalui hashtag #BookTok. Pengguna tidak hanya melihat satu video, tetapi juga membandingkan beberapa konten untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai suatu buku. Wulandari menyatakan, "*Saya biasanya lihat beberapa video dulu buat bandingin review bukunya*" (Wawancara, 17 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengguna berusaha memperoleh informasi yang lebih beragam dengan membandingkan berbagai ulasan sebelum membentuk penilaian terhadap suatu buku. Temuan ini didukung oleh pernyataan Aida yang mengungkapkan, "*Selain lihat review, saya juga baca komentar buat lihat pendapat orang lain tentang bukunya*" (Wawancara, 11 Mei 2026). Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya memanfaatkan konten video sebagai sumber informasi, tetapi juga mempertimbangkan tanggapan dan pengalaman pengguna lain yang terdapat pada kolom komentar.

- **Formulation**

Pada tahap formulation, pengguna mulai menentukan informasi yang dianggap relevan berdasarkan genre, tema cerita, rating, serta kesesuaian buku dengan preferensi pribadi mereka. Nanda menyatakan, "*Kalau genrenya sesuai sama yang saya suka dan review-nya bagus, biasanya saya mulai tertarik*" (Wawancara, 16 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengguna mulai melakukan penyaringan informasi dengan mempertimbangkan kesesuaian antara karakteristik buku dan minat bacanya. Temuan ini diperkuat oleh pernyataan Shalu yang mengungkapkan, "*Saya pilih buku yang banyak direkomendasikan dan sesuai sama mood bacaan saya*" (Wawancara, 12 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya mempertimbangkan popularitas buku, tetapi juga menyesuaikannya dengan kebutuhan dan preferensi pribadi pada saat tertentu. Praktik tersebut sejalan dengan konsep literasi informasi digital yang menekankan kemampuan pengguna dalam menilai kredibilitas dan relevansi informasi yang ditemukan pada lingkungan digital (Wicaksono & Sentiana, 2025).

- **Collection**

Pengguna mulai mengumpulkan informasi tambahan mengenai buku melalui berbagai sumber lain, seperti media sosial, rating buku, maupun platform ulasan lainnya. Tahap ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap sebelum mengambil keputusan terkait buku yang diminati. Indri menyatakan, "*Saya biasanya cari review lain juga di Google atau Goodreads buat memastikan bukunya memang bagus*" (Wawancara, 13

Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengguna berupaya memverifikasi informasi yang diperoleh dari #BookTok dengan membandingkannya dengan sumber lain yang dianggap kredibel. Temuan ini diperkuat oleh pernyataan Nanda yang mengungkapkan, "*Kalau sudah tertarik, saya cari sinopsis dan rating bukunya lagi sebelum beli*" (Wawancara, 16 Mei 2026). Pengguna melakukan pencarian informasi tambahan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kualitas dan isi buku sebelum mengambil keputusan.

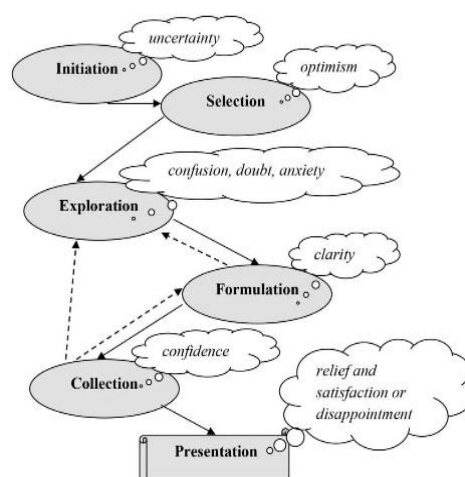
Tahap *collection* menunjukkan bahwa pengguna melakukan evaluasi informasi secara lebih mendalam sebelum menentukan keputusan terhadap buku tertentu. Pengguna tidak hanya bergantung pada satu sumber informasi, tetapi melakukan pencarian tambahan untuk meningkatkan keyakinan terhadap informasi yang ditemukan.

- Presentation

Pada tahap presentation, pengguna menentukan keputusan terhadap buku yang akan dibaca, dibeli, atau direkomendasikan kembali kepada pengguna lain berdasarkan informasi yang telah diperoleh selama proses penelusuran. Aida menyatakan, "*Kalau review dan komentarnya meyakinkan, biasanya saya langsung masukan ke wishlist atau beli bukunya*" (Wawancara, 11 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh melalui ulasan dan komentar pengguna lain menjadi dasar dalam pengambilan keputusan terkait pemilihan buku. Temuan ini didukung oleh pernyataan Trisna Wulandari yang mengungkapkan, "*Kadang saya juga ikut rekomendasiin lagi bukunya ke teman kalau menurut saya bagus*" (Wawancara, 17 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa setelah memperoleh dan mengevaluasi informasi, pengguna tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan sebagai penyebar informasi kepada orang lain.

Berdasarkan kedua pernyataan informan tersebut, tahap presentation menunjukkan bahwa proses penelusuran informasi berakhir pada pengambilan keputusan yang didasarkan pada hasil eksplorasi, seleksi, dan evaluasi informasi yang telah dilakukan sebelumnya. Keputusan tersebut dapat berupa membaca, membeli, menyimpan dalam daftar bacaan (wishlist), maupun merekomendasikan buku kepada orang lain.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa proses penelusuran informasi melalui hashtag #BookTok berlangsung secara dinamis, partisipatif, dan interaktif. Pengguna tidak hanya mencari informasi mengenai isi buku, tetapi juga membangun pemahaman melalui berbagai ulasan, komentar, dan pengalaman pengguna lain yang dibagikan dalam ruang sosial digital. Dengan demikian, hashtag #BookTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana pencarian informasi, tetapi juga menjadi ruang pertukaran informasi yang membantu pengguna dalam mengambil keputusan terkait pilihan bacaan mereka.



Gambar 1. Proses Penelusuran Informasi Pengguna melalui #BookTok berdasarkan Model ISP
Kuhlthau Sumber: Diolah Peneliti berdasarkan Kuhlthau (2018)

4.3 Strategi Penelusuran Informasi Buku oleh Pengguna TikTok melalui #BookTok dalam Ruang Sosial Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penelusuran informasi buku oleh pengguna TikTok melalui #BookTok tidak berhenti pada tahap pencarian informasi, tetapi berlanjut pada proses pemaknaan informasi secara sosial dan emosional. Pengguna memanfaatkan #BookTok untuk memperoleh gambaran mengenai sebuah buku melalui pengalaman membaca, opini, serta respons emosional yang dibagikan oleh pengguna lain melalui video ulasan dan kolom komentar.

Aida menjelaskan bahwa strategi yang dilakukannya adalah dengan membandingkan beberapa konten sebelum menentukan pilihan buku. *"Aida nggak cuma lihat satu konten aja. Aida bakal lihat beberapa video dengan judul buku yang sama. Terus Aida bandingin pendapat orang-orang tadi sampai akhirnya Aida ngerasa ternyata buku ini emang cocok buat selera baca Aida."* (Wawancara, 11 Mei 2026) Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengguna menerapkan strategi penelusuran informasi dengan membandingkan berbagai sumber informasi, baik berupa video ulasan, cuplikan isi buku, maupun pendapat dari pengguna lain. Pengguna tidak langsung mempercayai satu sumber informasi, melainkan melakukan evaluasi untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif sebelum menentukan pilihan. Temuan tersebut diperkuat oleh pernyataan Indri. *"Saya manfaatin BookTok itu biasanya habis lihat review, rating, dan komentar dari orang-orang yang udah baca bukunya. Biasanya aku tuh cari review lain atau cek sinopsis dan penilaian di platform lain."* (Wawancara dengan Indri, 13 Mei 2026)

Berdasarkan pernyataan tersebut, strategi penelusuran informasi yang dilakukan pengguna meliputi beberapa tahapan, yaitu:

- Menentukan kebutuhan informasi, seperti mencari rekomendasi bacaan baru atau informasi sebelum membeli buku.
- Menggunakan #BookTok sebagai pintu masuk pencarian informasi melalui fitur hashtag dan FYP.
- Membandingkan beberapa video ulasan dari akun yang berbeda.
- Membaca komentar, rating, dan pendapat pengguna lain.
- Memverifikasi informasi melalui platform lain, seperti sinopsis, Goodreads, Google, atau sumber lain.
- Menentukan kesesuaian buku berdasarkan genre, tema, alur cerita, dan preferensi pribadi.

Strategi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas penelusuran informasi dalam ruang sosial digital berlangsung secara iteratif, partisipatif, dan reflektif. Pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai evaluator yang secara aktif menyaring dan memaknai informasi yang ditemukan. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi buku di TikTok dimaknai tidak hanya secara informatif, tetapi juga secara sosial dan emosional. Pengguna tidak hanya memahami buku berdasarkan informasi deskriptif seperti sinopsis atau ringkasan isi, melainkan juga melalui pengalaman, interpretasi, dan respons emosional yang dibagikan oleh komunitas pembaca.

Shalu mengungkapkan: *"Dari situ kita juga bisa menilai penyampaian dari mimik wajah ataupun pemilihan tulisan, sehingga itu cukup mempengaruhi saya dalam mencari buku melalui tagar BookTok."* (Wawancara, 12 Mei 2026)

Temuan ini menunjukkan bahwa #BookTok telah berkembang tidak hanya sebagai ruang penelusuran informasi, tetapi juga sebagai ruang sosial digital yang memengaruhi cara pengguna

menemukan, mengevaluasi, memahami, dan memaknai informasi buku melalui interaksi sosial yang terjadi di media digital.

5. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penelusuran informasi buku oleh pengguna TikTok dalam memanfaatkan tagar #BookTok dilakukan secara bertahap dan aktif dalam konteks ruang sosial digital. Pengguna memanfaatkan #BookTok sebagai pintu masuk (entry point) untuk memperoleh informasi awal mengenai buku melalui video ulasan, komentar, dan rekomendasi pengguna lain. Strategi penelusuran informasi yang dilakukan meliputi identifikasi kebutuhan informasi, pemilihan #BookTok sebagai sarana pencarian, eksplorasi berbagai konten, perbandingan dan evaluasi informasi, verifikasi melalui sumber lain, serta pengambilan keputusan terhadap buku yang akan dibaca atau dibeli. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa #BookTok bukan merupakan sumber informasi yang utuh, melainkan sarana penelusuran informasi awal yang membantu pengguna menemukan referensi buku sebelum melanjutkan pencarian pada sumber lain yang lebih komprehensif. Selain itu, proses penelusuran informasi berlangsung secara partisipatif, interaktif, dan kontekstual karena pengguna turut memaknai informasi berdasarkan pengalaman, emosi, dan perspektif yang dibagikan oleh pengguna lain dalam ruang sosial digital TikTok.

Daftar Pustaka

Adjers Patricia. (2025). *The BookTok Effect*.

Da Silva, T. A. A., Bezerra, E. L. C., de Brito Silva, M. J., & de Oliveira Campos, P. (2025). *Reading in the age of influence: an analysis of the impact of BookTokers on book consumption intentions. Social Network Analysis and Mining*, 15(1). <https://doi.org/10.1007/s13278-025-01542-8>

DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. <https://newsroom.tiktok.com/>

Dera, J. (2024). BookTok: A Narrative Review of Current Literature and Directions for Future Research. *Literature Compass*, 21(10–12). <https://doi.org/10.1111/lic3.70012>

Febri Annisa, Mochammad Reza Fadli, Novia Suherman, & Ida Farida Adi Prawira. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran melalui TikTok terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Literatur. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(1), 14–24. <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i1.art2>

Flores, Z. A., & Wang, Y. (2023). *Investigating Subcommunities In BookTok: An Analysis Using Hashtags And Videos*.

Forbes. (2025). *The Power Of BookTok: Why TikTok's Book Community Is Driving A New Era In Publishing*. <https://www.forbes.com/sites/tiktok/2025/04/21/the-power-of-booktok-why-tiktoks-book-community-is-driving-a-new-era-in-publishing>

Gumay, R., Karlina, M., Farlyan, M., Suhari, M. N., Iryani, E., & Asafri, H. (2025). *Strategi Penelusuran Informasi Efektif Era Digital: Studi Pada Mahasiswa Generasi Z* (Vol. 4, Number 5).

Hopkins, J. (2016). *Hopkins_2016_TheConceptofAffordances*.

Hyatt, M. (2024). *#Booktok: Social Media's Influence on Literature*. <https://scholarship.richmond.edu/honors-theses>

Jerasa, S. E. (2025). The #BookTok Connection: Examining Cultural and Linguistic Identity Expression in Online Reading Communities. *Education Sciences*, 15(2). <https://doi.org/10.3390/educsci15020234>

- Kuhlthau, C. (2018). *Information Search Process*.
<https://wp.comminfo.rutgers.edu/ckuhlthau/information-search-process>
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). *The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok*. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Nursawiyah, & Purwaningtyas, F. (2024). *Penggunaan Hastag #samasamabelajar melalui Media TikTok terhadap Kebutuhan Informasi Generasi Z*. <https://doi.org/10.32505/tarbawi>
- Palaivi, F., Lestari, I., Kurniawan, T., & Penelusuran, P. (2018). *Perilaku Penelusuran Informasi Mahasiswa Dalam Pemanfaatan Media Video Online Dengan Pendekatan Uses And Gratification*. In *Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi* (Vol. 2).
- Priatna, Y. (2024). *Pengalaman Informasi Warga Muhammadiyah di Malaysia Dalam Memanfaatkan Facebook Sebagai Media Informasi Persyarikatan*.
- Ratu Ilayya Umkabu, S., & Dwi Rani, A. (2023). Information Search Patterns of Information Science Students from TikTok and Twitter to Theory with an Ellis Lens. In *Journal of Information Science in Technology* (Vol. 1, Number 2).
- Rozaki, E. (2023). *Reading Between the Likes: The Influence of BookTok on Reading Culture*.
- Santos, M., & Valenzuela, S. (2025). *Social Media Affordances*.
- T.D. Wilson, P. (1999). *Models in information behaviour research*.
<https://informationr.net/tdw/publ/papers/1999JDoc.html>
- TikTok Newsroom. (2025). *The Impact of #BookTok on Reading Culture*.
<https://newsroom.tiktok.com/>
- Wicaksono, R. N., & Sentiana, F. (2026). Transformasi Peran Perpustakaan dalam Literasi Informasi di Era Digital: Narrative Literature Review. In *Jurnal Pustaka Budaya* (Vol. 13, Number 1).