

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening media Publishing.
- Alviana, R. N., & Kussudyarsana. (2025). Pengaruh Sosial Media Engagement, Persepsi Kualitas Produk, Dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Terhadap Minat Beli Produk Fashion Tik Tok Shop. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(1), 132–145.
- Amirah, U. A., & Purwaningtyas, F. (2024). Strategy For Repackaging Information On Instagram Social Media (Case Study : Bookstagrammer Indonesia). *Jurnal Info Sains : Informatika Dan Sains*, 14(3), 359374. https://doi.org/10.54209/info_sains.v14i03
- Azzahra, N. F., & Zahra, N. (2023). Establishing foreign higher education institutions in Indonesia. *Policy Brief, Center for* (18).
- Baiti, N., Zain, A., & Hasanah, I. (2021). Pendidikan dan Ekonomi Orang Tua terhadap Kemampuan Literasi Anak Usia Dini di Masa Pandemi. *Musamus Journal of Primary Education*, 4(1), 5968. <https://doi.org/10.35724/musjpe.v4i1.3878>
- Braniwati, M., & Bangsawan, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *GIAT: Teknologi Untuk Masyarakat*, 2(2), 142–153.
- Bungsu, A., Purnama, P. N., & Wijayanti, L. (2023). Budaya Literasi Era Digital Pada Perkembangan Penerbitan Koleksi Elektronik di Indonesia. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 7(2), 141–150.
- Cremin, T. (2000). Reading and Motivation Focusing on Disengaged Readers. *NATE | Teaching English*, 1(32), 32–36.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.)*. SAGE Publications.
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal, We Are Social, & Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025:Indonesia [Report]*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Detik. (2025). *Indonesia Book Party, kenalkan cara baru membaca buku*. Detik Sore. <https://20.detik.com/detik-sore/20250425-250425117/indonesia-book->

party-kenalkan-cara-baru-membaca-buku

- DigitalPartner. (2025). *Jangan hanya posting, mulai bangun narasi brand yang konsisten*. Digital Partner. <https://digitalpartner.id/id/artikel/T5IHPX/2025/Jangan-Hanya-Posting-Mulai-Bangun-Narasi-Brand-yang-Konsisten>
- Dinar, N. A. (2020). Strategi Marketing Mix Kegiatan Promosi pada Instagram Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9(4), 38–51.
- Dubov, I., & Tabak, I. (2021). Interactions between emotional and cognitive engagement with science on YouTube. *Public Understanding of Science*, 30(6), 759–776. <https://doi.org/10.1177/0963662521990848>
- Durda, T., Gauly, B., Buddeberg, K., Lechner, C. M., & Artelt, C. (2020). On the comparability of adults with low literacy across LEO , PIAAC , and NEPS . Methodological considerations and empirical evidence. *Large-Scale Assessments in Education*. <https://doi.org/10.1186/s40536-020-00091-0>
- Easton, P., Entwistle, V. A., & Williams, B. (2013). How the stigma of low literacy can impair patient-professional spoken interactions and affect health : insights from a qualitative investigation. *BMC Health Services Research*, 13(319), 112.
- Ekazahra, V. A. (2023). *Strategi Kampanye Digital “Literasi Nasional” Dalam Meningkatkan Minat Baca Melalui Media Sosial (Studi Kasus pada Akun Instagram @nyalanesia)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Fadhilah, H. N. (2024). Membangun Komunitas Literat Di Era Digital : Analisis Kinerja @ Oyusep Di Instagram. *Literasi : Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, 5(1), 47–69. <https://doi.org/10.22515/literasi.v5i1.10961>
- Fahrezi, G. (2024). *Tingkatkan literasi bersama Tangerang Book Party*. Good News From Indonesia.<https://www.goodnewsfromindonesia.d/2024/10/16/meningkatkan-literasi-bersama-tangerang-book-party>
- Fahzaria, N. A., Maulani, I. N. I., & Aldama, A. (2025). From Scroll to Book : Maximizing Instagram by Nano-Micro Influencers Bookstagram to Increase Reading Interest in Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 26–49. <https://doi.org/10.24912/jk.v17i1.32296>
- Fathan, R. (2025). *Yuk, piknik sambil membaca buku di Indonesia Book Party*. Hypeabis.Id.<https://hypeabis.id/hypephoto/48849/yuk-piknik-%09sambil->

membaca-buku-di-indonesia-book-party

- Fatimatur, E., Farisia, H., & Ahmad, S. (2021). *Innovation on Literacy Habit Program for Madrasah Ibtidaiyah in Surabaya*. 9(1), 58–81.
- Fauzy, A., & Ratnawati, E. (2025). Dampak Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial di Masyarakat. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(6), 10571–10581.
- Firmansyah, C. A., Fauzi, M., Suherman, A., Akmal, P. N., Anisa, A. F., & Sihalo, E. D. (2023). Diagnosing Poverty Eradication Through Literacy : Analysis from Indonesia National Socioeconomic Survey. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 24(2), 190–201. <https://doi.org/10.23917/jep.v24i1.20239>
- Hadi, A. (2018). Bridging Indonesia's Digital Divide: Rural-Urban Linkages? *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(1), 1733. <https://doi.org/10.22146/jsp.31835>
- Hidayat, H. S. (2024). *Pengaruh Kualitas Konten, Iklan Social Media Dan Islamic Branding Terhadap Engagement Social Media Pada Produk Zoya Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Moderasi*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. Yale University Press.
- Hunaepi, Suharta, & Putu, I. G. (2024). Transforming Education in Indonesia : The Impact and Challenges of the Merdeka Belajar Curriculum. *Path of Science*, 10(6), 5025–5039. <https://doi.org/10.22178/pos.105-31>
- IBP. (2025). *Posts [Instagram profile]*. Instagram. Indonesia Book Party. <https://www.instagram.com/indobookparty/>
- Indah, R. N., Toyyibah, Budhiningrum, A. S., & Afifi, N. (2022). The Research Competence, Critical Thinking Skills and Digital Literacy of Indonesian EFL Students. *Journal of Language Teaching and Research*, 13(2), 315–324. <https://doi.org/10.17507/jltr.1302.11>
- Karlina. (2025). *Strategi Pengelolaan Konten Instagram dalam Meningkatkan Engagement (Studi Kasus Pada Akun @bdgbookparty)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP.

- KBP. (2025). *Indonesia Book Party – Komunitas pecinta buku terbesar di Indonesia*. Kediri Book Party. <https://www.bookparty.id>
- Kemendikbud. (2024). *Risalah kebijakan nomor 4: Meningkatkan literasi Indonesia melalui opti-malisasi peran buku*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.
- Kokko, S. (2023). *Encouraging Reading on Social Media Exploring Finnish Bookstagram Community*. University of Gothenburg.
- Kompas. (2024). *Membaca Buku Sambil Piknik di Jakarta Book Party*. Kompos.Com. <https://www.kompas.id/label/indonesia-book-party>
- Kusuma, A., Darna, & Sari, S. R. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di Perpustakaan Universitas Bangka Belitung Berdasarkan Engagement Rate , Impression dan Reach. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 9(2), 105–116. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v9i2.49483>
- Latif, A. A. (2023). Rancangan penerapan strategi promosi melalui instagram di perpustakaan (Action Research Tentang Strategi Promosi Perpustakaan melalui Instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kota Tasikmalaya). *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 874–890.
- Madina, L. A., & Adim, A. K. (2025). Strategi Konten Instagram @DIGISTARC LUB Sebagai Brand Community (Analisis DENGAN The Circular Models OF Some). *E-Proceeding of Management*, 12(3), 2253–2267.
- Manik, A. S., Syuhada, A. D., Kembaren, G. B., Sitorus, I. Y., Siregar, S. F. A., & Wuriyani, E. P. (2025). Bahasa Indonesia di era digital: Pengaruh teknologi terhadap bahasa dan komunikasi. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8(2), 4148–4154.
- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26–32.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Nizarisda, T. L., Zubair, F., Taufiq, A., & Ramdan, M. (2023). Upaya Peningkatan Engagement Media Sosial Instagram Oleh Media Parapuan. *Jurnal Common*,

- 7(2), 138150. <https://doi.org/10.34010/common.v7i2.11404>
- Nordheim, O., & Huijts, T. (2025). Social functioning and personal development among individuals with low literacy skills ; the role of active labour market policy. *Journal of Social Policy*, 54(1), 912938. <https://doi.org/10.1017/S0047279423000417>
- Noviafni, F. N., Sarmiati, & Asnawi. (2025). Strategi Komunikasi Persuasif Media Sosial dalam PILKADA Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 4(2), 433–443.
- Nurfauziya, S., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2023). Penggunaan Instagram sebagai Media Literasi Digital pada Akun @dp3akarawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 245–254.
- Nurhasan, AlfarabY, M. R., Sandi, K. R. W., Rahmadani, A., Mahadewi, T. P., & Novita, K. D. (2025). Revitalisasi Literasi di Era Digital : Peran Generasi Z dalam Gerakan Membaca. *PEMA*, 5(2), 310–326.
- OECD. (2023a). *PISA 2022 Results (Volume I and II) – Country Notes: Indonesia*. Organisation for Economic CoOperation and Development Publishing. <https://doi.org/10.1787/53f23881-en>
- OECD. (2023b). *Programme for International Student Assessment (PISA)*. Organisation for Economic CoOperation and Development Publishing. <https://www.oecd.org/en/about/programmes/pisa.html>
- Okhrimenko, G., & Fedoruk, O. (2024). Strategies for using social media in book marketing. *Library Science. Record Studies. Informology*, 20(3), 32–40. <https://doi.org/10.63009/lrsi/3.2024.32>
- Pangestu, M. A. A., & Christin, M. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital. *JlIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 5(9), 3272–3280.
- Paramadwya, A. Y. (2024). *Membaca Buku Sambil Piknik di Jakarta Book Party*. Kompos.Com. <https://www.kompas.id/artikel/membaca-buku-sambil-piknik-di-jakarta-book-party>
- Perpusnas. (2023). *Tingkat Kegemaran Membaca (TGM) 2023 [Dataset]*. Portal Data Indonesia. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.

- <https://data.go.id/dataset/dataset/tingkat-kegemaran-membaca-tgm2023>
- Perpusnas. (2024a). *IPLM 2024 catat rekor tinggi, literasi nasional semakin meningkat*. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
<https://www.perpusnas.go.id/berita/iplm-2024-catat-%09rekor-tinggi-literasi-nasional-semakin-meningkat>
- Perpusnas. (2024b). *TGM dan IPLM menjadi indikator kunci pemerintah di bidang per-pustakaaan*. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
<https://www.perpusnas.go.id/berita/tgm-dan-%09iplm-menjadi-indikator-kunci-pemerintah-di-bidang-perpustakaan>
- Praditi, S. R. (2025). *Strategi Komunikasi Komunitas Indonesia Book Party Dalam Menjaga Citra Se-bagai Komunitas Literasi*. Universitas Negeri Jakarta.
- Praditi, S. R., Rosalina, I. F., Sari, W. P., Kholik, A., & Soegiarto, A. (2025). The Communication Strategy Of The Indonesian Book Party Community In Framing Social Issues And Managing Public Image On Instagram. *Indonesian Journal of Islamic Communication*, 8(1), 29–42.
<https://doi.org/10.35719/ijic.v8i1.2325>
- Prasetyo, R., & Herlina, M. (2013). Hubungan Antara Radio Streaming dengan Persepsi dan Kepuasan Audiens di Pt . MNC Skyvision Jakarta. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, 2(1), 589–602.
- Putrayasa, I. M., Suwindia, I. G., & Winangun, I. M. A. (2024). Transformasi literasi di era digital : tantangan dan peluang untuk generasi muda. *Education and Social Sciences Review*, 5(2), 156–165.
- Putri, A., & Sari, W. P. (2024). Lebih dari Sekadar Click dan Likes : Kontribusi Social Media Specialist dalam Menciptakan Engagement. *Prologia*, 8(2), 275–283.
- Putri, Y. A. P., & Rahmawati, A. (2026). Budaya Komunitas Virtual Indonesia Book Party di Media Sosial Instagram (Studi Etnografi Virtual Komunitas @Indobookparty di Instagram). *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 10(1), 98–109. <https://doi.org/10.35870/jtik.v10i1.4752>
- Rachma, F. (2025). *Komunitas Magelang Book Party Bagikan Sarapan Gratis*. Berita Magelang. <https://www.beritamagelang.id/komunitas-magelang-book-party-bagikan-sarapan-gratis>

- Rachman, T. A., Latipah, E., Supiana, S., & Zaqiah, Q. Y. (2022). Education Development in Utilizing Indonesian Demographic Dividend : The Road to Become a Developed Country. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 650(1), 334–342.
- Rahmadanita, A. (2022). Rendahnya Literasi Remaja di Indonesia: Masalah dan Solusi. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 8(2), 55–62.
- Rainer, P. (2024). *Inilah Media Sosial yang Paling Sering Dipakai di Indonesia*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>
- Redaksi. (2023). *Hasil kajian Perpusnas 2023: Tingkat Kegemaran Membaca Masyarakat Indonesia* 66,77. Sinar Harapan.
<https://www.sinarharapan.net/hasil-kajian-perpusnas-2023-tingkat-kegemaran-membaca-masyarakat-indonesia-6677/>
- Rosalina, D. (2024). *Perkenalan dengan: Indonesia Book Party*. CXO Media.
<https://www.cxomedia.id/human-stories/20240301143856-74-180041/perkenalan-dengan-indonesia-book-party>
- Rusydiyah, E. F., Farisia, H., & Ahmad, M. S. (2021). Innovation on Literacy Habit Program for Madrasah Ibtidaiyah in Surabaya. *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies)*, 9(1), 59–82.
- Salmah. (2025). *Indonesia Book Party jadi tempat berbagi dan bertumbuh bersama*. Tribun Banjarmasin.
<https://banjarmasin.tribunnews.com/komunitas/1332682/indonesia-book-party-jadi-tempat-berbagi-dan-bertumbuh-bersama>
- Sanjaya, Y. A., Purwandari, D. A., & Hidayah, A. N. (2025). Strategi Komunitas Bogor Book Party Dalam Membangun Karakter Gemar Membaca Pada Kalangan Generasi Z Bogor. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(3), 2758–2769.
- Sari, A., & Arifin, B. (2024). *Manajemen public relations & media komunikasi: Konsepsi dan aplikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Solehati, I., & Rohmaniyah. (2025). Utilization of Social Media Instagram as a Promotion Means for the Special Library of the Bank Indonesia Representative Office of South Sumatera Province Through Digital Content.

- Jurnal El-Pustaka*, 06(1), 38–47.
- Stollfuß, S. (2023). How to Talk About Books on Social Media: The German-Language Social Media Reviewer Sphere on Instagram. *SAGE Open*, 13(3), 1–16. <https://doi.org/10.1177/21582440231194461>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (Edisi kedua, cetakan ke-5). Alfabeta.
- Suharta, I. G. P. (2024). *Transforming Education in Indonesia : The Impact and Challenges of the Merdeka Belajar Curriculum*. 10(6), 5026–5039. <https://doi.org/10.22178/pos.105-31>
- Supriadi, D. (2024). *BookTalk Jilid 2, Komunitas Indonesia Book Party Bekali Remaja Bogor Skill Komunikasi*. Radar Bogor. <https://radarbogor.jawapos.com/bogor/2474644032/booktalk-jilid-%092-komunitas-%09indonesia-book-party-bekali-remaja-bogor-skill-komunikasi>
- Suryanti. (2025). Penguatan Literasi Bahasa Indonesia Bagi Remaja melalui Program Pojok Baca di Sekolah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 26–34. <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v4i1.4962>
- Sutrisna, I. P. G. (2020). Gerakan literasi digital pada masa pandemi covid-19. *Stilistika*, 8(2), 268–283. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3884420>
- Valentia, T. R. (2023). Digital Divide and Digital Literacy During the Covid-19 Pandemic. *SCRIPTURA*, 13(1), 69–78.
- Yanto, A., Rodiah, S., & Lusiana, E. (2016). Model Aktivitas Gerakan Literasi Berbasis Komunitas Di Sudut Baca Soreang. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 2(1), 107–118.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods (5th ed.)*. SAGE Publications.