

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, D. 2008. Interaksi Simbolik. *Jurnal Mediator*, 9(2), 301-316.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2007). The role of social media in shaping public participation. *Journal of Digital Communication Research*, 12(3), 45-67.
- Aprilian, D., Elita, Y., & Afriyati, V. (2020). Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 8 Kota Bengkulu. *Consilia: Jurnal Ilmiah Bimbingan Dan Konseling*, 2 (3), 220–228. <https://doi.org/10.33369/consilia.2.3.220-228>
- Badan Pusat Statistik. (2019). Statistik penggunaan internet di Indonesia. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik sosial budaya Indonesia 2024. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- CXO Media. (2024). Perkenalan dengan Indonesia Book Party. Retrieved from <https://www.cxomedia.id/human-stories/20240301143856-74-180041/perkenalan-dengan-indonesia-book-party> (Diakses pada 15 Juli 2025)
- Djaman, H. (2023, November 23). Angka tingkat gemar membaca Kota Makassar naik pesat ke posisi 4, lampau rata-rata nasional. Sulsek Terkini. <https://sulsek.terkini.id/2023/11/23/angka-tingkat-gemar-membaca-kota-makassar-naik-pesat-ke-posisi-4-lampau-rata-rata-nasional> (Diakses pada 20 Februari 2025).
- Farrasda, A. (2024, Februari 20). *Makassar Book Party: Normalisasi baca buku di tempat umum*. Identitas Unhas. <https://identitasunhas.com/makassar-book-party-normalisasi-baca-buku-di-tempat-umum/> (Diakses pada 20 Februari 2025).
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage Publications.
- Gillin, J. L., & Gillin, J. P. (1954). *Cultural sociology*. Macmillan.
- Indonesia Book Party. (2023). *Profil dan sejarah Book Party*. Jakarta: IBP.
- Lestari, D. W., & Kurniawan, A. (2022). Literasi digital dalam meningkatkan minat baca mahasiswa di era society 5.0. *El-Pustaka: Jurnal Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 3(2), 111–122. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/el-pustaka/article/view/10402/4965>
- Luckmann, P. L. (1996). *The Social Construction of Reality*. England: Penguin

Group

Lupton, D. (2015). *Digital Sociology*. London: Routledge.

Maimun, & Rachmani, N. (2022). Pengaruh fiksi penggemar alternative universe (AU) terhadap minat baca remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 45–56. <https://d1wqtsts1xzle7.cloudfront.net/98241788/pdf-libre.pdf>

Makaraeng. (2024). Makassar Book Party: Membaca buku di ruang publik bukan sok keren. Retrieved from <https://makaraeng.id/makassar-book-party-membaca-buku-di-tempat-umum-bukan-sok-keren/> (Diakses pada 8 Juni 2025)

Manik Pratiwi, R. (2020). Peran media sosial dalam meningkatkan penjualan online saat pandemi Covid-19 (Skripsi, Universitas Mahendradatta). <https://www.ejournal.universitasmahendradatta.ac.id/index.php/satyagraha/article/view/179>

Martono, N. (2019). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis isi dan statistika sosial*. Rajawali Press.

Mesra, R., dkk. (2025). *Buku Ajar Sosiologi Digital*. Jakarta: PT Naluri Edukasi Press.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=W_A_EQAAQBAJ

Nurhadi. (2005). *Peningkatan Minat dan Budaya Membaca*. Malang: UM Press.

Rahim, F. (2008). *Pengajaran membaca di sekolah dasar*. Bumi Aksara.

Riyanto, S. (2024). *Laporan Digital Indonesia 2024*. Hootsuite & We Are Social. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/> (Diakses pada 10 Januari 2025).

Santrock, J. W. (2012). *Educational Psychology*. Boston: McGraw-Hill.

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97.

Siregar, R. H. (2021). Upaya komunitas Medan Membaca dalam meningkatkan minat baca masyarakat [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara]. UINSU Repository. <http://repository.uinsu.ac.id/15238/1/Upaya%20Komunitas%20Medan%20Membaca%20Dalam%20Meningkatkan%20Minat%20Baca%20Masyarakat.pdf>

Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiarto, J., Wismanto, Y. B., & Utami, C. T. (2015). Efektivitas pelatihan entrepreneurship skill untuk meningkatkan minat menjadi entrepreneur. *Prediksi*, 4(1), 51.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.

Tarigan, H. G. (2011). *Membaca sebagai suatu keterampilan berbahasa*. Angkasa.

Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.

Veronika, V., & Aulia, L. (2022). Daya tarik konten Instagram @akutahu dalam meningkatkan minat baca generasi milenial. *Koneksi*, 6(2), 278–286. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/15677>

Wellman, B., & Gulia, M. (1999). Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. In B. Wellman (Ed.), *Networks in the global village* (pp. 331-366). Westview Press.

Winkel, W. S. (2004). *Psikologi pengajaran*. Media Abadi.

Zulli, D., & Zulli, D. J. (2021). Extending the self on social media: A study on Instagram and identity construction. *New Media & Society*, 23(9), 1824-1840.