

DAFTAR PUSTAKA

- Adzandini, V. N., & Ma'mur, T. (2019). Proyek vlog untuk meningkatkan kreativitas siswa dalam pembelajaran sejarah. *FACTUM Jurnal Sejarah Dan Pendidikan Sejarah*, 8(2), 237–246.
<https://doi.org/10.17509/factum.v8i2.22154>
- Agustiana, V., Rahmatunisa, W., Darsih, E., & Asikin, N. A. (2022). Penguatan Literasi Bahasa Inggris Siswa SD Melalui Storytelling Di Desa Kalimantan Wetan. *KALANDRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(6), Article 6.
<https://doi.org/10.55266/jurnalkalandra.v1i6.212>
- Alief, A., Syam, A., & Asmayanti, A. (2024, July 9). *(Effectiveness of the giveaway method marketing strategy through collaborative content on Instagram social media: Study on Kaku Food Business)*.
<https://journal.unm.ac.id/index.php/PJAHSS/article/view/2832>
- Al-Qeeda, M. A. (2019). Impact of Integrated Marketing Communications (IMCs) on hotels' marketing performance. In Al Ain University, *International Journal of Innovation, Creativity and Change* (Vol. 8, Issue 9, pp. 304–306). <https://www.ijicc.net>
- Anshori, M., & Tyas, M. D. K. (n.d.). *Strategi Komunikasi PT. Bayan Resources, Tbk dalam Program Community Development*.
- Banerjee, M. (2022). Is AIDA Effective tool in Measuring Advertising/Marketing Campaigns? A Literature review. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4261303>
- BPS Semarang. (2024, April 22). *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin—Tabel Statistik—Badan Pusat Statistik Kota Semarang*.
<https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzgjMg==/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>
- Boris, V. (2023, January 9). *What makes storytelling so effective for learning?* Harvard Business Publishing. <https://www.harvardbusiness.org/what-makes-storytelling-so-effective-for-learning/>
- Data, G. (2024, October 15). *Minat Baca di Indonesia Naik, Perpusnas Pasang Target Ambisius pada 2024*. GoodStats Data.
<https://data.goodstats.id/statistic/minat-baca-di-indonesia-naik-perpusnas-pasang-target-ambisius-pada-2024-dola9>
- Databoks. (2022, January 17). *Peningkatan Waktu Menonton Video Streaming di Indonesia Tertinggi Global pada 2021 | Databoks*.
<https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/14e2e8f142dce9d/peningkatan-waktu-menonton-video-streaming-di-indonesia-tertinggi-global-pada-2021>

- Databoks. (2024, April 24). *Minat Masyarakat Indonesia terhadap Buku Lampau Singapura*. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/779698b76b2e0d6/minat-masyarakat-indonesia-terhadap-buku-lampau-singapura>
- Dhingra, K. (2024). *Old Delhi's Parallel Book Bazaar*. <https://doi.org/10.1017/9781009463027>
- Donald Getz & Stephen J. Page. (2024, January). *Event Studies: Theory and Management for Planned Events*. Routledge & CRC Press. <https://www.routledge.com/Event-Studies-Theory-and-Management-for-Planned-Events/Getz-Page/p/book/9781032448640>
- Drakeley, C., & Brown, T. (2023). *Virtual Events Management: Theory and Methods for Event Management and Tourism*. Goodfellow Publishers. <https://doi.org/10.23912/978-1-915097-03-3-4967>
- Fadillah, I., & Dini, K. (2021). Digital Storytelling sebagai Strategi Baru Meningkatkan Minat Literasi Generasi Muda. *JOURNAL OF EDUCATION SCIENCE*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.33143/jes.v7i2.1566>
- Fani, M., & Alamiyah, S. S. (2024). Strategi Komunikasi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bangkalan dalam Meningkatkan Literasi Pemustaka Usia Sekolah. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.548>
- Fatmawati, E. (2017). Pemanfaatan Aplikasi Peprustakaan Digital iJateng melalui Smartphone. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.14421/pjk.v10i2.1336>
- Febriyanti. (2023, September 19). *Mengungkap Kenyataan: Tantangan Rendahnya Minat Baca di Indonesia*. kumparan. <https://kumparan.com/ira-listy-febriyanti/mengungkap-kenyataan-tantangan-rendahnya-minat-baca-di-indonesia-21CCc7TPkh5>
- Hariyanto, P. (2024, December 30). Hasil riset 2024, masyarakat Indonesia kian gemar membaca. *SINDOnews Nasional*. <https://nasional.sindonews.com/read/1510177/15/hasil-riset-2024-masyarakat-indonesia-kian-gemar-membaca-1735557169>
- Halim, N. A. (2025). The impact of gamification on brand engagement and loyalty: A study of Brand Events. *Journal of Design Sciences and Applied Arts/Journal of Design Sciences and Applied Arts*, 6(1), 38–62. <https://doi.org/10.21608/jdsaa.2024.263760.1396>
- Ida Suryani Wijaya. (2015). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi dalam Kegiatan Pembangunan*. https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428

- Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. (n.d.).
<https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP>
- Kemendikbud RI. (2024). *Data Peserta Didik Kota Semarang—Dapodikdasmen*.
<https://dapo.kemdikbud.go.id/pd/2/036300>
- Kompasiana.com. (2022, July 6). *Kecenderungan Masyarakat Memilih Media Literatur Digital daripada Media Konvensional atau Cetak*. KOMPASIANA.
<https://www.kompasiana.com/daffa201003/62c551dfbb44865a5e339022/kecenderungan-masyarakat-memilih-media-literatur-digital-daripada-media-konvensional-atau-cetak>
- Lesinski, J. & Volvo Trucks North America. (1998). Integrated Marketing Communication Strategy. In *Concept Connections* [Chapter].
https://www.pearsoned.ca/highered/divisions/virtual_tours/kotler/kotler_ch13.pdf
- Mike Duignan. (2024, October). *Event Management*. Cognizant Communication Corporation.
<https://cognizantcommunication.com/publication/event-management/>
- Moise, D. (2015). Gamification Strategies the Ultimate Tool for Events Marketing.
<https://www.semanticscholar.org/paper/Gamification-Strategies-the-Ultimate-Tool-for-Moise/5448b41da4bc3437102bd18f3f04b3d50f988b66>
- Mumek, F., Golung, A. M., & Rogi, S. P. (2021, April 7). *PERANAN PROMOSI PERPUSTAKAAN DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNG DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KOTA MANADO / ACTA DIURNA KOMUNIKASI*.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/33393>
- Nuryudi. (2023, October 2). *Analisis persepsi pemustaka mengenai sikap pustakawan dalam kegiatan field trip di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Tangerang Selatan*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/75146>
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). (2022). *PISA publications*. OECD.
<https://www.oecd.org/en/about/programmes/pisa/pisa-publications.html>
- Olivia, H., & Putri, D. N. (2019, June 28). *SOSIALISASI PROGRAM CSR OLEH PUBLIC RELATIONS PT TELKOM INDONESIA MELALUI EVENT TELKOM CRAFT INDONESIA*. Olivia | WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi.
<https://mail.journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/719/459>

- Oschatz, C., & Marker, C. (2020). Long-term Persuasive Effects in Narrative Communication Research: A Meta-Analysis. *Journal of Communication*, 70(4), 473–496. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa017>
- Pemerintahan Provinsi Jateng. (2024, August 15). *Jumlah Pengunjung—Dataset—Portal Data Jawa Tengah*. <https://data.jatengprov.go.id/dataset/jumlah-pengunjung>
- Permatasari, A. (2015). *Membangun Kualitas Bangsa dengan Budaya Literasi* (pp. 146–156). Unit Penerbitan FKIP Universitas Bengkulu. <https://repository.unib.ac.id/11120/>
- Permatasari, A. D., Iftitah, K. N., Sugiarti, Y., & Anwas, E. O. M. (2022). Peningkatan Literasi Indonesia Melalui Buku Elektronik. *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v10n2.p261--282>
- Perpusda Lampung. (2023, October 24). *Cari Tahu Yuk tentang Perkembangan Teknologi terhadap Literasi! - Cari Tahu Yuk tentang Perkembangan Teknologi terhadap Literasi!* Perpustakaan & Kearsipan Lampung. <https://perpusda.lampungprov.go.id/detail-post/cari-tahu-yuk-tentang-perkembangan-teknologi-terhadap-literasi>
- PISA 2022 DAN PEMULIHAN PEMBELAJARAN DI INDONESIA*. (2023). [Report].
- PPID Arpus. (2024). *Rencana Strategis Tahun 2024 dan Rencana Kerja Tahun 2024-2026 Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah*. <https://ppid.arpusda.jatengprov.go.id/nw/document/1150/download>
- Pratama, R. N., Hairunnisa, & Boer, K. M. (2019). TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM SOSIALISASI AKSI SAPTA PESONA DINAS PARIWISATA KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA. In eJournal Ilmu Komunikasi, *eJournal Ilmu Komunikasi* (Vols. 7–7, Issue 2, pp. 01–15) [Journal-article]. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/04/GENAP%20\(04-12-19-08-26-47\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/04/GENAP%20(04-12-19-08-26-47).pdf)
- Putra, J. (2020). Memaksimalkan Peranan Pengajaran Nihonjijou dalam Mendukung Pembentukan Kemampuan Komunikasi Lintas Budaya. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 19(1), 111–122. https://doi.org/10.17509/bs_jpbs.v19i1.20763
- Rafi, R. L. (2023). *Strategi Komunikasi Non Verbal dalam Menerapkan Penanaman Nilai-Nilai Ibadah (Studi Kasus pada SMALB PKK Negeri Provinsi Lampung, Bandar Lampung)* [Diploma, UIN RADEN INTAN LAMPUNG]. <https://repository.radenintan.ac.id/30378/>
- Raj, R., Walters, P., & Rashid, T. (2008). *Events Management: An Integrated and Practical Approach* (1st edition). SAGE Publications Ltd.

- Rosenberg, B. D., Marshburn, A., & Siegel, J. T. (2022). Persuasive Communication: Source, Message, Audience. In *Oxford Research Encyclopedia of Psychology*.
<https://oxfordre.com/psychology/display/10.1093/acrefore/9780190236557.001.0001/acrefore-9780190236557-e-285>
- Rubyanti, D., & Irwansyah, I. (2020). PERAN USER GENERATED CONTENT (UGC) INSTAGRAM PADA INDUSTRI MAKANAN. *MEDIAKOM*, 4(1), 1–24. <https://doi.org/10.32528/mdk.v4i1.3569>
- TheKnowledgeAcademy. (n.d.). *What is Event Management? Everything You Need to Know*. Retrieved December 6, 2024, from <https://www.theknowledgeacademy.com/blog/what-is-event-management/>
- Ulumudin, I. (2017). Penguatan Gerakan Literasi Sekolah. *Jurnal Penelitian Kebijakan Pendidikan*, 10(3), Article 3. <https://doi.org/10.24832/jpkp.v10i3.241>
- Wafiyah, N. F., & Wusko, N. a. U. (2023). Pengaruh user generated content dan E-Wom terhadap purchase intention dan purchase decision pada pembeli produk nyrtea di Instagram. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 190–200. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1278>
- Wasilah, F., Mufid, A. K., Rosidi, I., Zulfani, N. A., & Faujiah, A. (2021). Optimalisasi Peran Generasi Millennial dalam Mengembangkan Kewirausahaan Berbasis Digital (Studi Kasus Usaha Online Bucket dan Hampers). *ICO EDUSHA*, 2(1), Article 1.
- What is Storytelling: Complete Guide* / SendPulse. (2024, February 8). SendPulse. <https://sendpulse.com/support/glossary/storytelling>
- Wilcox, D. L. (2015). *Public relations: Strategies and tactics. 11th edition* / Dennis L. Wilcox; Glen T. Cameron; Bryan H. Reber. Pearson Education Limited.
- Yulianti, R. N. E., Permanasari, A., & Heliawati, L. (2019). Pemanfaatan E-Book Konsep Asam Baza dalam Pembelajaran Kimia untuk Meningkatkan Literasi Kimia Siswa SMA Kelas XI. *JOURNAL OF SCIENCE EDUCATION AND PRACTICE*, 3(1), Article 1.