

EFEKTIVITAS EVENT LITERAFEST DAN *ATTITUDE TOWARD BEHAVIOR* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI SIBOOKY

Meity Fathiya Firman, Adi Nugroho

Meityfathiya@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarti, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7645407

Laman : <https://www.fisip.undip.ac.id> Email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of the Literafest event and the influence of attitude toward behavior on the interest in using the SiBooky digital library application. The research adopts a quantitative descriptive approach, utilizing simple linear regression analysis to assess the relationship between the independent variables (Literafest and attitude toward behavior) and the dependent variable (interest in using SiBooky). Data were collected from 150 respondents who were purposively sampled from 430 participants of the Literafest event in Semarang. The results indicate that Literafest significantly impacts audience interest, contributing 62.7% to the variation in interest. This is explained through the Elaboration Likelihood Model (ELM), which demonstrates that both central (literacy discussions) and peripheral (visual appeal) routes were effectively integrated. Additionally, attitude toward behavior significantly influences audience interest, accounting for 68.5% of the variation, as supported by the Theory of Reasoned Action (TRA). Positive beliefs about the benefits and ease of use of SiBooky were key factors in shaping audience attitudes. These findings highlight the strategic importance of persuasive communication and tailored event strategies in promoting the adoption of digital literacy platforms. This study provides valuable insights for improving future promotional events and digital literacy initiatives.

Keywords: *Digital Literacy, Sibooky, Literafest, Persuasive Communication.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas event Literafest dan pengaruh *attitude toward behavior* terhadap minat menggunakan aplikasi perpustakaan digital SiBooky. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara variabel independen (Literafest dan *attitude toward behavior*) dan variabel dependen (minat menggunakan SiBooky). Data dikumpulkan dari 150 responden yang dipilih secara purposive sampling dari 430 peserta acara Literafest di Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literafest secara signifikan memengaruhi minat audiens, dengan kontribusi sebesar 62,7%. Hal ini dijelaskan melalui *Elaboration Likelihood Model* (ELM), yang mengintegrasikan jalur sentral (diskusi literasi) dan periferal (daya tarik visual) secara efektif. Selain itu, *attitude toward behavior* juga berpengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar 68,5%, sesuai dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA).

Keyakinan positif terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan SiBooky menjadi faktor utama dalam membentuk sikap audiens. Temuan ini menegaskan pentingnya komunikasi persuasif dan strategi event yang terarah dalam mendorong adopsi platform literasi digital. Penelitian ini memberikan wawasan strategis untuk meningkatkan promosi literasi digital di masa depan.

Kata Kunci: Literasi Digital, Sibooky, Literafest, Komunikasi Persuasive.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi persuasif dan penguatan literasi. Teknologi memungkinkan penyampaian pesan yang lebih efektif dan personal, seperti yang disampaikan oleh Sundar (2008), yang menekankan bahwa personalisasi pesan digital dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Dalam konteks literasi, perpustakaan digital menjadi solusi untuk menjawab kebutuhan akses informasi yang cepat dan luas. Susanto (2010) menjelaskan bahwa perpustakaan digital memungkinkan penyajian informasi terintegrasi, yang dapat meningkatkan minat baca masyarakat dan memperkuat keterampilan literasi.

Namun, tingkat literasi di Indonesia masih berada pada kategori rendah. Berdasarkan data UNESCO, hanya 0,001% penduduk Indonesia memiliki kebiasaan membaca. Survei PISA (2019) juga menempatkan Indonesia di peringkat 62 dari 70 negara dalam literasi. Di tingkat nasional, Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat (IPLM) pada 2022 hanya mencapai 13,54%, sementara Provinsi Jawa Tengah mencatatkan angka lebih rendah sebesar 11,33%. Di Kota Semarang, IPLM menunjukkan kategori rendah dengan skor yang sama, yang mencerminkan tantangan dalam meningkatkan kesadaran dan minat baca masyarakat urban.

Provinsi	Pemerataan Layanan Perpust	Ketercukupan Koleksi Perpust	Ketercukupan Tenaga Perpustakaan	Tingkat Kunjungan Masy/hari	Perpust Ber-SNP	Keterlibatan Masyarakat dalam KIE	Anggota Perpust	NILAI INDEKS
PROVINSI NANGGROE ACEH DARUSSALAM (NAD)	0,00102	0,10789	0,00012	0,00013	0,00047	0,00750	0,03407	15,12
PROVINSI SUMATERA UTARA	0,00072	0,05713	0,00007	0,00010	0,00004	0,00268	0,01867	7,94
PROVINSI SUMATERA BARAT	0,00078	0,08044	0,00010	0,00243	0,00069	0,00794	0,04931	14,17
PROVINSI RIAU	0,00061	0,13829	0,00007	0,00043	0,00006	0,00842	0,05880	20,67
PROVINSI JAMBI	0,00109	0,10125	0,00010	0,00121	0,00005	0,00618	0,03048	14,03
PROVINSI SUMATERA SELATAN	0,00065	0,13035	0,00009	0,00043	0,00019	0,00577	0,00823	14,57
PROVINSI BENGKULU	0,00096	0,12710	0,00007	0,00021	0,00021	0,00471	0,02534	15,86
PROVINSI LAMPUNG	0,00062	0,09320	0,00003	0,00009	0,00006	0,00374	0,00951	10,72
PROVINSI BANGKA BELITUNG	0,00079	0,11404	0,00025	0,00008	0,00060	0,03880	0,03114	18,57
PROVINSI KEPULAUAN RIAU	0,00067	0,15949	0,00020	0,00045	0,00017	0,01311	0,03917	21,33
PROVINSI DKI JAKARTA	0,00039	0,10892	0,00001	0,00013	0,00001	0,06931	0,01432	19,31
PROVINSI JAWA BARAT	0,00052	0,07349	0,00001	0,00089	0,00036	0,01495	0,00621	9,64
PROVINSI JAWA TENGAH	0,00066	0,04782	0,00003	0,00057	0,00006	0,03249	0,03163	11,33
PROVINSI DI YOGYAKARTA	0,00104	0,15168	0,00007	0,00069	0,00008	0,00712	0,05783	21,85
PROVINSI JAWA TIMUR	0,00058	0,09729	0,00004	0,00039	0,00008	0,00323	0,04620	14,78

Gambar 1. Rekap Indeks Literasi Tahun 2021 per Provinsi
(Sumber: Perpustakaan Nasional Republik Indonesia)

Untuk menjawab tantangan pengelolaan koleksi digital dengan sistem tersebut, Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Semarang meluncurkan aplikasi perpustakaan digital bernama SiBooky. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan akses mudah kepada masyarakat terhadap koleksi buku digital, artikel, dan literatur lain. Meskipun aplikasi ini menawarkan berbagai fitur unggulan, termasuk Digital Rights Management (DRM), adopsi aplikasi oleh masyarakat masih sangat rendah. Hingga Agustus 2022, hanya 1.200 pengguna yang terdaftar dari target minimum 3% penduduk Semarang, yang berarti jumlah pengguna seharusnya lebih dari 51.000 untuk memenuhi standar akreditasi perpustakaan nasional.



Gambar 2. Brosur Event LITERAFEST 2022
(Sumber: Akun Instagram Event LITRAFEST)

Sebagai langkah promosi, Literafest diselenggarakan pada Desember 2022 untuk memperkenalkan SiBooky dan meningkatkan kesadaran literasi digital di Kota Semarang. Acara ini menggabungkan seminar literasi, bazar buku, diskusi, dan hiburan, dengan tujuan menarik perhatian masyarakat terhadap pentingnya literasi digital. Namun, keberhasilan promosi ini sangat bergantung pada efektivitas komunikasi persuasif dalam menyampaikan pesan. Lina (2020) menyebutkan bahwa komunikasi persuasif memainkan peran penting dalam

memengaruhi sikap dan perilaku audiens, terutama untuk meningkatkan adopsi teknologi baru.

Teori *Elaboration Likelihood Model* (Petty & Cacioppo, 1986) relevan untuk menganalisis efektivitas promosi dalam Literafest. Model ini menjelaskan dua jalur utama dalam pemrosesan pesan: jalur sentral, di mana audiens memproses pesan secara mendalam, dan jalur perifer, di mana audiens dipengaruhi oleh elemen-elemen sederhana seperti visual dan daya tarik acara. Dalam konteks Literafest, kedua jalur ini digunakan untuk

membangun kesadaran dan minat masyarakat terhadap SiBooky.

Merujuk pada konteks permasalahan, diperlukan penelitian yang menganalisis efektivitas Literafest sebagai media promosi dan pengaruh sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) terhadap minat masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan adopsi teknologi digital di sektor literasi.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan efektivitas event Literafest dan *attitude toward behavior* terhadap minat menggunakan Aplikasi SiBooky.

KERANGKA TEORI

Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, yang berfokus pada klasifikasi fenomena ke dalam pola-pola tertentu yang saling berkaitan serta hubungan sebab-akibat antarvariabel (Sugiyono, 2015). Paradigma ini digunakan

untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas, yaitu efektivitas event Literafest dan sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), terhadap variabel terikat, yaitu minat menggunakan aplikasi SiBooky. Dengan pendekatan ini, penelitian memanfaatkan metode kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel secara sistematis dan objektif.

Elaboration Likelihood Model

Model *Elaboration Likelihood Model* (ELM) pertama kali dikembangkan oleh Petty dan Cacioppo pada tahun 1986 untuk menjelaskan proses persuasi dan bagaimana pesan memengaruhi audiens. ELM menjelaskan bahwa individu memproses pesan melalui dua jalur utama: jalur sentral (*central route*) dan jalur periferal (*peripheral route*). Jalur sentral mengacu pada pemrosesan pesan secara mendalam yang melibatkan perhatian tinggi terhadap argumen logis dan data yang relevan. Dalam konteks penelitian ini, jalur sentral digunakan untuk menyampaikan informasi rinci tentang

manfaat aplikasi SiBooky, seperti akses mudah ke koleksi digital dan fitur perpustakaan *online*. Penekanan pada jalur sentral penting untuk audiens yang memiliki motivasi tinggi untuk mempelajari manfaat teknologi secara mendalam (Petty & Cacioppo, 1986).

Sebaliknya, jalur periferal melibatkan pemrosesan pesan yang dangkal, di mana *audiens* dipengaruhi oleh elemen-elemen sederhana seperti desain visual yang menarik, daya tarik sumber pesan, atau suasana acara. Dalam Literafest, jalur periferal diwujudkan melalui elemen seperti bazar buku, hiburan musik, dan desain acara yang menarik secara visual. Elemen-elemen ini dirancang untuk menarik perhatian audiens dengan motivasi rendah yang mungkin tidak terlalu tertarik pada detail teknis aplikasi SiBooky tetapi tertarik pada suasana dan pengalaman emosional acara (Petty & Cacioppo, 1986).

Menurut penelitian Yudi Perbawaningsih (2012), ELM relevan

dalam konteks komunikasi persuasif, terutama ketika audiens memiliki tingkat motivasi yang bervariasi. Yudi menunjukkan bahwa memisahkan jalur sentral dan periferal tidak sepenuhnya efektif, karena audiens sering memproses pesan melalui kombinasi keduanya. Oleh karena itu, Literafest menggunakan pendekatan gabungan untuk menjangkau audiens yang beragam dalam motivasi dan kemampuan kognitif mereka.

Theory Of Reasoned Action

Theory of Reasoned Action (TRA) dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975 untuk menjelaskan hubungan antara sikap individu, niat (*intention*), dan perilaku mereka. Teori ini menyatakan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh dua faktor utama: sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Sikap terhadap perilaku merujuk pada keyakinan individu tentang hasil yang diharapkan dari suatu tindakan, seperti manfaat atau nilai positif yang diperoleh.

Dalam konteks penelitian ini, sikap positif terhadap aplikasi SiBooky diharapkan dapat mendorong niat masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Misalnya, jika individu percaya bahwa SiBooky memudahkan akses ke bahan bacaan dan meningkatkan literasi digital, mereka cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk menggunakannya (Ajzen & Fishbein, 1975).

Norma subjektif, sebagai elemen kedua, merujuk pada persepsi individu tentang harapan orang lain yang signifikan, seperti keluarga, teman, atau komunitas. Jika individu merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka mendukung penggunaan aplikasi SiBooky, mereka cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk menggunakannya. Penelitian Qhori Anandra et al. (2020) menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki peran signifikan dalam kampanye “*Go Green, No Plastic*”, di mana dukungan sosial mendorong mahasiswa untuk mengurangi penggunaan plastik. Hal ini relevan dengan penelitian

ini, karena norma subjektif juga dapat memengaruhi keputusan masyarakat Semarang untuk menggunakan SiBooky.

TRA juga menekankan pentingnya kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*), meskipun elemen ini lebih dikembangkan dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam konteks penelitian ini, kontrol perilaku yang dirasakan mencakup sejauh mana individu merasa bahwa mereka memiliki kemampuan atau sumber daya untuk menggunakan SiBooky. Jika *audiens* merasa aplikasi ini mudah digunakan dan memberikan manfaat langsung, mereka akan lebih termotivasi untuk menggunakannya (Ajzen & Fishbein, 1975).

Penelitian oleh Andina Mutiara et al. (2021) menegaskan bahwa kombinasi sikap positif, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan audiens untuk mengadopsi teknologi baru, termasuk aplikasi digital seperti SiBooky. Studi ini

juga relevan dalam menggarisbawahi pentingnya pengalaman langsung dalam membentuk sikap positif terhadap suatu teknologi.

HIPOTESIS

1. H1: Diduga event Literafes efektif dalam mempengaruhi minat audiens dalam menggunakan aplikasi SiBooky.
2. H2: Diduga *Attitude Toward Behavior* efektif dalam mempengaruhi minat audiens dalam menggunakan Aplikasi Sibooky.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menganalisis hubungan antarvariabel melalui data numerik. Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu efektivitas *event* Literafest dan sikap terhadap perilaku, terhadap variabel dependen, yaitu minat menggunakan aplikasi SiBooky. Populasi penelitian terdiri dari 430 peserta Literafest, dan sampel ditentukan menggunakan

teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, seperti warga Semarang yang telah mengikuti acara Literafest. Dengan menggunakan Rumus Slovin dan margin of error 5%, sampel penelitian ditetapkan sebanyak 150 responden.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan metode self-administered questionnaire, di mana responden mengisi kuesioner secara mandiri. Data yang terkumpul diolah menggunakan perangkat lunak SPSS, yang memungkinkan analisis statistik secara efektif. Proses pengolahan mencakup editing, pengkodean, pemberian skor berdasarkan skala *Likert*, dan tabulasi. Pendekatan ini memberikan wawasan mengenai pengaruh Literafest dan sikap terhadap perilaku dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan SiBooky, serta efektivitas strategi komunikasi persuasif dalam mempromosikan literasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Event Literafest terhadap Minat Menggunakan Aplikasi SiBooky

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas *event* Literafest memiliki pengaruh signifikan terhadap minat audiens untuk menggunakan aplikasi SiBooky. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,792 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel efektivitas event dengan minat *audiens*. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,627 mengindikasikan bahwa 62,7% variasi minat audiens dapat dijelaskan oleh efektivitas Literafest, sedangkan 37,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t juga menunjukkan pengaruh positif dengan tingkat signifikansi yang sangat kuat, yang mendukung hipotesis bahwa Literafest efektif dalam mendorong minat menggunakan SiBooky. Temuan ini mendukung konsep *Elaboration Likelihood Model* (ELM), di mana Literafest memanfaatkan jalur sentral melalui diskusi literasi dan jalur periferal melalui elemen

visual menarik seperti bazar buku dan konser musik. Kombinasi strategi ini menciptakan keterlibatan emosional dan meningkatkan minat audiens, baik melalui pemrosesan informasi mendalam maupun pengalaman emosional yang menyenangkan.

Efektivitas Attitude Toward Behavior terhadap Minat Menggunakan Aplikasi SiBooky

Penelitian juga menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi SiBooky. Dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,828 dan R Square sebesar 0,685, hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap audiens menjelaskan 68,5% dari variasi minat menggunakan aplikasi ini, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Uji t mengungkapkan bahwa variabel sikap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel minat. Temuan ini konsisten dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang menyatakan

bahwa sikap positif terhadap aplikasi meliputi keyakinan terhadap manfaat, kemudahan penggunaan, dan ketertarikan berkontribusi besar pada niat untuk menggunakan aplikasi. Indikator kemudahan penggunaan mencatat hasil positif yang signifikan, menunjukkan bahwa pengalaman yang nyaman meningkatkan minat audiens untuk mencoba SiBooky. Dengan sikap keseluruhan yang positif, *audiens* lebih cenderung mengadopsi aplikasi ini sebagai sarana literasi digital dan mungkin merekomendasikannya kepada orang lain. Penelitian ini menegaskan pentingnya membangun sikap positif sebagai strategi utama dalam mempromosikan aplikasi digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, hipotesis pertama (H1)

diterima, yaitu terdapat pengaruh signifikan dari efektivitas event Literafest terhadap minat menggunakan aplikasi SiBooky. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 ($< 0,05$) dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,792 dan R Square sebesar 62,7%. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas event Literafest memengaruhi 62,7% minat menggunakan SiBooky, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil ini menunjukkan bahwa Literafest berhasil mengintegrasikan jalur sentral dan periferal sesuai dengan *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Jalur sentral diwujudkan melalui diskusi literasi yang mendalam, sementara jalur periferal melalui elemen hiburan dan daya tarik visual, yang secara bersama-sama meningkatkan minat audiens.

2. Hipotesis kedua (H2) juga diterima, menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) memiliki pengaruh signifikan terhadap

minat menggunakan aplikasi SiBooky. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 ($< 0,05$) dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,828 dan R Square sebesar 68,5%. Ini berarti 68,5% minat terhadap SiBooky dipengaruhi oleh sikap positif audiens, yang mencakup keyakinan terhadap manfaat aplikasi, kemudahan penggunaannya, dan ketertarikan audiens. Temuan ini konsisten dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang menegaskan bahwa sikap positif terhadap aplikasi dapat meningkatkan niat audiens untuk menggunakannya.

3. Kedua hipotesis (H1 dan H2) diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas Literafest dan sikap positif audiens memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi SiBooky. Kombinasi pendekatan komunikasi yang menarik melalui event persuasif serta pembentukan sikap positif *audiens* terhadap aplikasi terbukti menjadi strategi yang efektif

dalam meningkatkan adopsi literasi digital.

SARAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi penelitian maupun program literasi digital selanjutnya.

Penelitian berikutnya yang berkaitan dengan efektivitas event promosi literasi digital, seperti Literafest, sebaiknya dapat dilakukan dengan memperhatikan elemen-elemen yang lebih beragam, termasuk faktor eksternal yang memengaruhi minat menggunakan aplikasi digital. Selain itu, penyelenggara acara seperti Literafest diharapkan dapat memperluas strategi promosi melalui media sosial dan *platform* digital lainnya untuk menjangkau lebih banyak audiens. Upaya pengembangan aplikasi SiBooky juga perlu difokuskan pada peningkatan kemudahan akses dan fitur interaktif untuk memastikan kenyamanan pengguna. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya tertarik untuk

mencoba aplikasi, tetapi juga terdorong untuk terus menggunakannya dalam mendukung literasi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek dan Martin Fishbein. 2010. Predicting and Changing Behaviour: The Reasoned Action Approach. Taylor & Francis Group LLC. New York.
- Andina Mutiara. (2021). Efektivitas Intensitas Event Marketing LINE Webtoon dan Terpaan Iklan Produk pada akun Instagram @linewebtoon.id dalam Keputusan Pembelian Koin di LINE Webtoon. *Interaksi Online*, vol. 9, no. 3, pp. 127-138.
- Lina, Masruroh. 2020. Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia. Scopindo Media Pustaka.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Qhori Anandra., Uljanatunnisa., & Intan Putri Cahyani (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic”. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : ALFABETA.
- Sundar, S. S. (2008). The MAIN Model: A Heuristic Approach to Understanding Technology Effects on Credibility. M. J. Metzger & A. J. Flanagin (Eds.), *Digital Media, Youth, And Credibility*, 73-100. <https://www.issuelab.org/resources/875/875.pdf>
- Susanto. (2010). Manajemen Perpustakaan Digital. Mkp.d.wordpress.com
- Yudi Perbawsaningsih. (2012). Menyoal Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Teori Retorika. *Jurnal Komunikasi*, Vol.9 No.1. <https://doi.org/10.24002/jik.v9i1.50>