

Inovasi Literasi oleh Anggota Komunitas Booktube Indonesia Melalui Video Youtube

Dzata Iffah Nadhila¹, Moch. Fikriansyah Wicaksono²,

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung,

Email: ¹dzataiffana@gmail.com, ²fikriansyahw24@gmail.com,

Abstrak

Youtube menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, selain itu Youtube juga dapat dimanfaatkan sebagai *platform* untuk menyebarkan konten bertema literasi. Salah satu komunitas yang memanfaatkan Youtube untuk menyebarkan konten literasi adalah komunitas Booktube Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi inovasi yang dilakukan oleh anggota Booktube Indonesia dan mengetahui kendala yang dihadapi dalam menyebarkan konten literasi melalui video Youtube. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini yaitu tujuh anggota aktif Booktube Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menyebarkan konten literasi anggota Booktube Indonesia memiliki dua jenis inovasi yaitu inovasi terhadap jenis konten dan inovasi *editing* konten. Berbagai inovasi yang dibuat menghasilkan ribuan *subscriber* dan memiliki pendapatan dari kanal Youtube mereka. Terdapat kendala yang dihadapi oleh informan yaitu berupa waktu untuk membuat konten, *mood*, peralatan untuk merekam video, dan mencari penonton yang sesuai dengan jenis konten yang mereka buat. Diharapkan inovasi tersebut dapat dijadikan referensi oleh penggiat literasi lain untuk membuat konten serupa sebagai sarana promosi dan meningkatkan literasi masyarakat secara digital.

Abstract

Youtube is one of the social media that is widely used by the people of Indonesia, apart from that, Youtube can also be used as a platform for spreading literacy-themed content. One of the communities that utilize Youtube to spread literacy content is the Booktube Indonesia community. This study aims to identify innovations made by members of the Booktube Indonesia and find out the obstacles faced by members of the Booktube Indonesia in spreading literacy content through Youtube videos. The method used is a qualitative method with a case study approach. Data collection was carried out by observation, semi-structured interviews, and documentation. The informants in this study were seven active members of the Booktube Indonesia. The results of the study show that in disseminating literacy content, members of the Booktube Indonesia have two types of innovation, namely innovation on the type of content and innovation on content editing. The various innovations that have been made have generated thousands of subscribers and income from their Youtube channel. There are obstacles faced by informants, namely in the form of time to create content, mood, equipment for recording videos, and finding an audience that matches the type of content they are creating. It is hoped that this innovation can be used as a reference by other literacy activists to create similar content as a means of promoting and increasing digital literacy in society.

Kata Kunci:

konten literasi;
komunitas literasi;
Booktube;

Keywords:

literacy content;
literacy community;
Booktube;

A. PENDAHULUAN

Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Youtube. Dalam Hootsuite (*We are Social*): *Indonesian Digital Report* 2021 mengeluarkan sebuah data yaitu "Platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2021" dan hasilnya adalah Youtube sebagai platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan presentase 93,8% (*We Are Social & Hootsuite*, 2021). Youtube juga dapat menjadi sarana menyebarkan literasi dan meningkatkan minat baca masyarakat melalui beberapa konten videonya. Salah satu komunitas yang memanfaatkan Youtube sebagai *platform* penyebaran konten literasi adalah komunitas Booktube Indonesia.

Fenomena Booktube dan pemanfaatan *platform* Youtube merupakan implementasi dari *new media* atau media baru. Menurut (Nur, 2021) *new media* merupakan media yang berbasis teknologi, menggunakan internet, fleksibel saat digunakan serta dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan pribadi dan juga bisa untuk dibagikan ke publik. Salah satu *new media* yang dimanfaatkan adalah Youtube. Youtube merupakan sebuah platform besar yang dapat dimanfaatkan untuk mencari informasi apapun dalam bentuk video. (Ullman, 2018) menjelaskan bahwa Youtube merupakan sebuah *platform* yang dapat menjangkau banyak audien dan penonton, serta kita dapat menemukan beragam konten video disana.

Booktube merupakan nama yang tidak resmi yang digunakan oleh *content creator* Youtube untuk channel yang berisi mengenai buku. Booktube sendiri merupakan akronim dari "*Book*" yang berarti "buku" dan "*Tube*" kependekan dari "Youtube", Jadi Booktube merupakan sebuah wadah untuk *content creator* penggemar buku, dan pembaca yang juga menyukai buku untuk menyalurkan kegemarannya melalui video Youtube. Sedangkan orang yang memiliki channel Booktube dinamakan sebagai

Booktuber. Tidak kalah dengan dunia internasional, di Indonesia juga telah memiliki banyak Booktuber, bahkan di Indonesia juga telah terbentuk komunitas yang bernama Booktube Indonesia. Komunitas Booktube Indonesia terbentuk pada tahun 2016 yang diinisiasi oleh 3 orang yaitu Dhyn Hanarun, Maggie Chen dan Tiffany. Dengan tujuan awal terbentuk sebagai wadah berkumpulnya Booktuber Indonesia dan membicarakan kegemaran mereka mengenai buku.

Pemilihan komunitas Booktube Indonesia menjadi fokus penelitian dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu yang pertama komunitas Booktube Indonesia merupakan komunitas yang berfokus menyebarkan konten literasi, kedua anggota komunitas Booktube Indonesia menyebarkan konten video tentang literasi dengan berbagai inovasi dan ketiga komunitas Booktube Indonesia mendukung peningkatan literasi secara digital seperti dalam penelitian yang berjudul "Media-morfosis itu bernama Booktube: Analisis resepsi terhadap penonton Booktube" yang dilakukan oleh (Permatasari, dkk., (2021) yang menjelaskan bahwa dengan adanya Booktube merupakan usaha untuk membangkitkan geliat literasi digital di Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi inovasi yang dilakukan oleh anggota komunitas Booktube Indonesia dalam membuat konten literasi melalui Youtube dan mengetahui kendala yang dihadapi oleh anggota komunitas Booktube Indonesia dalam menyebarkan konten literasi melalui video Youtube.

B. KAJIAN TEORITIS

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa konten merupakan informasi yang tersedia melalui media ataupun produk elektronik. Menurut Bagus Nurul Iman, (2022) definisi literasi selalu berevolusi sesuai dengan perkembangan zaman, definisi literasi tidak hanya kemampuan seseorang untuk membaca dan menulis, tapi kini literasi telah banyak berkembang

hingga beberapa jenis yaitu literasi sains, literasi digital, literasi media, literasi numerasi, dan masih banyak lagi. Sedangkan menurut kantorbahasa-maluku.kemendikbud.go.id, (2023) konten literasi merupakan salah satu jenis konten yang diunggah di media sosial yang berupa foto ataupun video dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai literasi khususnya kepada anak muda. Konten literasi ini diharapkan dapat menjadi angin segar ditengah konten tidak mengedukasi yang banyak tersebar di masyarakat seperti hoax, pornografi, sarkasme, konten prank, dan masih banyak lagi. Sejalan dengan penelitian dari (Rahmawan et al., 2019a) bahwa pengembangan konten positif dan pemberdayaan anak muda mulai menjadi perhatian dari penggerak literasi media digital, dan juga pembuatan konten positif ini haruslah memiliki nilai informasi dan nilai guna bagi masyarakat. Hal tersebutlah yang dimanfaatkan oleh komunitas Booktube Indonesia untuk menyebarkan konten edukatif khususnya dibidang literasi.

Penelitian khusus mengenai Booktube dengan judul *"The Boundaries of Booktube"* menjelaskan bahwa komunitas Booktube berperan sebagai jembatan antara penggemar buku satu dengan yang lain dan juga dengan penerbit secara online melalui video Youtube (Perkins, 2017). Selanjutnya, penelitian dengan judul *"Booktube, Book Clubs and the Brave new world of Publishing"* (2018). Dalam penelitian tersebut dijelaskan perbedaan Komunitas Booktube dengan klub buku konvensional antara lain yaitu Booktube memiliki jangkauan lebih luas dibandingkan klub buku karena mereka memanfaatkan media online dan penonton Booktube dapat berinteraksi secara online dengan cara menambahkan komentar. Selain itu pihak penerbit juga mulai memanfaatkan kolaborasi dengan Booktube untuk mempromosikan buku terbitannya melalui platform Youtube (Tolstopyat, 2018). Penelitian berikutnya berjudul *"Becoming a Good Booktuber"* yang berisi mengenai proyek inovasi pembuatan

video Booktube yang dilakukan oleh Mahasiswa di University of Barcelona dengan tujuan agar mahasiswa menganalisis video Booktube, selanjutnya dapat membuat video Booktube mereka sendiri dan mengevaluasi video Booktube yang telah dibuat (Suárez & González Argüello, 2020).

Penelitian tentang Booktube Indonesia juga telah dilakukan dengan judul *"Media metamorfosis itu bernama Booktube: Analisis resepsi terhadap penonton Booktube"*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas Booktube dapat menjadi tempat berkumpul dan berbagi informasi mengenai buku antar penggemar buku serta dapat meningkatkan geliat literasi di Indonesia (Permatasari, Maulani, Darmawan, & Nurrahmawati, 2021). Selanjutnya, penelitian dengan judul *"Makna Booktube bagi Para Pembaca Buku di Era Digital"* membahas mengenai resensi buku yang sebelumnya menggunakan media konvensional yang kini telah bertransformasi menjadi resensi buku menggunakan video Youtube. Adanya Booktube juga merupakan media baru yang dikembangkan dan merupakan inovasi dari kaum muda (Permatasari, Maulani, Widiyanto, & Darmawan, 2020).

Kelima penelitian yang telah disebutkan memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu menggunakan penelitian kualitatif. Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu subjek dan objek yang diteliti. Penelitian pertama dan kedua meneliti mengenai hubungan antara komunitas Booktube, penggemar buku, dan penerbit. Penelitian ketiga berfokus terhadap proyek pembuatan video Booktube yang dilakukan oleh mahasiswa. Sedangkan penelitian keempat dan kelima berfokus terhadap audien yang menonton tayangan video Booktube.

Penelitian terdahulu terkait Booktube yang telah disebutkan belum ada yang fokus penelitiannya mengenai inovasi anggota dalam menyebarkan konten literasi melalui video Youtube. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti inovasi

yang dilakukan oleh anggota komunitas Booktube Indonesia dalam pengenalan konten literasi melalui Youtube. Konten literasi disini merupakan konten yang berisi informasi terkait dunia literasi salah satunya membaca, yang disebarluaskan melalui media sosial dengan harapan dapat mengenalkan dan mendekatkan masyarakat kepada literasi. Hal ini juga akan menambah khazanah riset terkait fenomena Booktube sebagai komunitas yang bergerak pada konten literasi.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pada penelitian ini subjek penelitiannya adalah anggota aktif komunitas Booktube Indonesia. Objek penelitian ini adalah inovasi anggota komunitas Booktube Indonesia dalam pengenalan literasi melalui video Youtube. Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022). Adapun kriteria informan yaitu *founder* atau pendiri komunitas, anggota yang aktif menyebarkan konten di channel Youtube pribadinya dan juga aktif mengikuti kegiatan yang diadakan komunitas serta pengurus dari komunitas Booktube Indonesia. Adapun informan yang terpilih sebanyak 7 orang sebagai berikut.

Tabel 1. Data Informan

No	Nama Channel	Keterangan	Jumlah Subscribers	Asal Kota
1	Dhyn Hanarun	Pendiri	3,85 rb	Bandung
2	Rio Odestila	Pengurus	1,45 rb	Jakarta
3	Veninda Oktaviana	Pengurus	762	Surabaya
4	Riski Oktavian	Pengurus	461	Probolinggo
5	Kanaya Sophia	Anggota	47,7 rb	Jakarta

No	Nama Channel	Keterangan	Jumlah Subscribers	Asal Kota
6	Fathiyah M	Anggota	2,11 rb	Makassar
7	Amelia Book Talks	Anggota	215	Purwokerto

Sumber: Olahan Pribadi, 2023

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun pengumpulan data berupa wawancara dilakukan selama 2 bulan yakni bulan Desember 2022 hingga Januari 2023 yang dilakukan secara *online* melalui *video call* Instagram dan Google Meet. Observasi yang dilakukan yaitu peneliti mengobservasi media sosial resmi dari komunitas Booktube Indonesia berupa channel Youtube dan Instagram, serta menganalisis konten video dari channel Youtube masing-masing informan. Untuk dokumentasi, peneliti mengumpulkan data tambahan dari *website* dan media sosial komunitas Booktube Indonesia. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu dengan menggunakan model Miles dan Huberman (Sugiyono, 2022) yang terdiri dari empat langkah. Pertama, pengumpulan data yaitu peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi (observasi, wawancara, dan dokumentasi), kedua, reduksi data yaitu merangkum, memilih, dan memfokuskan kepada hal-hal yang penting dari hasil data yang sebelumnya telah dikumpulkan. Dalam hal ini peneliti menggunakan aplikasi NVIVO sebagai sarana mereduksi data. Ketiga, penyajian data yaitu proses penyajian data informasi yang dapat berupa teks, bagan, flowchart dan sejenisnya. Keempat, penarikan kesimpulan yaitu penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh yang berguna untuk menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

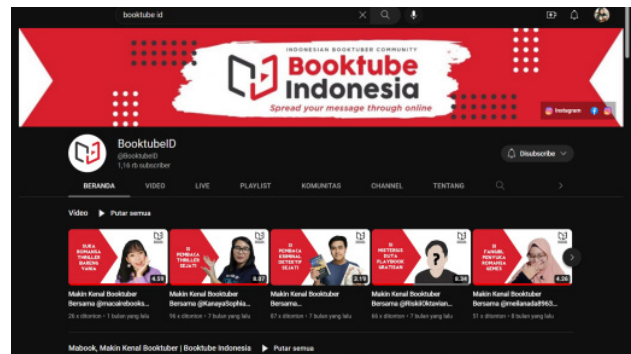
Profil Komunitas Booktube Indonesia

Komunitas Booktube Indonesia merupakan komunitas Literasi yang terbentuk pada Juni tahun

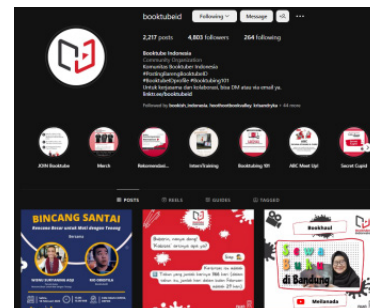
2016 yang diinisiasi oleh 3 orang Booktuber yakni Dhyn Hanarun dari Bandung, Maggie Chen dari Tangerang dan Tiffany dari Surabaya. Awalnya Komunitas Booktube Indonesia ini terbentuk sebagai wadah berkumpulnya Booktuber Indonesia dan membicarakan kegemaran mereka mengenai buku. Akhirnya komunitas ini makin banyak dikenal oleh masyarakat sehingga tawaran untuk bekerjasama dengan penerbit, penulis, dan komunitas mulai berdatangan. Berikut pemaparan dari salah satu pendiri komunitas:

“Nggak nyangka aja bisa sebesar ini, kayak enggak pernah mikir bakal jadi komunitas aja gitu...karena aku juga kan pas bikin channelnya juga enggak ada tujuan kesitu gitu, enggak ada tujuan kayak apa ya nyari atau ngajak yang lain gitu, pengen seru-seruan buat diri sendiri aja dan ternyata banyak juga yang suka atau misalnya minat ke Booktube, yaa aku seneng sih, banyak yang mau ngurusin Booktube gitu.” (Dhyn Hanarun)

Menurut pemaparan Dhyn Hanarun di atas komunitas Booktube Indonesia terbentuk secara tidak sengaja dan pada awalnya hanya sedikit yang bergabung. Sedangkan per-Februari 2023 anggota komunitas Booktube Indonesia yang tergabung berjumlah 107 orang dari seluruh Indonesia. Selain itu komunitas Booktube Indonesia juga memiliki media sosial resmi yang memiliki banyak pengikut. Untuk Channel Youtube resmi Booktube Indonesia per-Februari 2023 memiliki 1,16 ribu subscriber, dan untuk akun Instagram @Booktubeid hingga Februari 2023 telah memiliki 4803 pengikut.



Gambar 1. Channel Youtube resmi Komunitas Booktube Indonesia (Sumber: Channel BooktubeID)



Gambar 2. Akun Instagram resmi Booktube Indonesia (Sumber: Instagram @Booktubeid)

Logo komunitas Booktube Indonesia



Gambar 3. Logo terbaru komunitas Booktube Indonesia (Sumber: Instagram @Booktubeid)

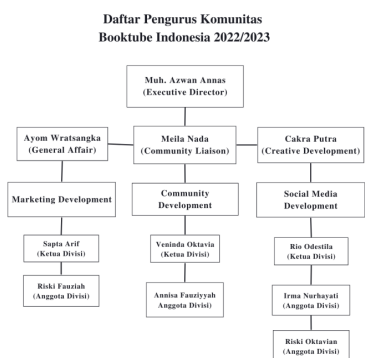
Gambar di atas merupakan logo dari komunitas Booktube Indonesia. Logo terbaru tersebut dibuat oleh Stefanny Natalia pada tahun 2020. Logo tersebut memiliki filosofi yaitu berbentuk buku yang terbuka dengan tombol *play* berwarna merah yang merepresentasikan komunitas Booktube Indonesia yaitu Buku dan Youtube. Bentuk garis buku dibuat terbuka dengan maksud komunitas Booktube Indonesia selalu terbuka kepada hal baru, baik dari segi pengetahuan, opini masyarakat dan teknologi.

Visi dan misi komunitas Booktube Indonesia

Visi: Menjadikan video online bertemakan literasi sebagai sarana menyampaikan pesan positif kepada masyarakat

Misi: (1) Mengenalkan video dengan konten bertemakan literasi ke publik, (2) Mengajak publik untuk membuat konten bertemakan literasi lewat platform video, (3) Kolaborasi dan berjejaring dengan komunitas literasi atau sosial lain, (4) Menjalinkan program sosial yang sesuai dengan visi komunitas.

Struktur kepengurusan komunitas Booktube Indonesia



Bagan 1. Struktur pengurus komunitas Booktube Indonesia periode 2022/2023 (Sumber: Olahan pribadi, 2023)

Pemilihan Konten Literasi

Secara umum literasi merupakan sebuah kemampuan membaca dan menulis. Menurut UNESCO, literasi bukan hanya tentang membaca, menulis dan berhitung, tetapi kini literasi dapat diartikan sebagai sarana mengidentifikasi, memahami, menginterpretasi, mengkreasikan dan mengkomunikasikan sebuah informasi khususnya di dunia yang semakin digital (UNESCO, 2023). Menurut *National Institute for Literacy* literasi diartikan sebagai kemampuan individu dalam membaca, menulis, berbicara, berhitung, dan juga kemampuan memecahkan masalah sesuai tingkatan individu dalam pekerjaan, keluarga dan dalam masyarakatnya (Federal Register, 2008)

Komunitas Booktube Indonesia merupakan komunitas yang bergerak di bidang literasi

khususnya literasi digital. Menurut Kemendikbud dalam Panduan Gerakan Literasi Nasional atau GLN ((Kemendikbud, 2017) literasi digital merupakan kemampuan individu dalam menggunakan dan mengoperasikan alat atau media digital dan dimanfaatkannya secara bijak dan cerdas dalam kehidupan sehari-hari. Anggota komunitas Booktube Indonesia memanfaatkan platform digital berupa Youtube untuk menyebarkan konten literasi khususnya konten tentang buku. Pemilihan konten literasi ini tentunya dipilih karena adanya alasan tertentu dari masing-masing anggota. Berikut merupakan alasan beberapa informan mengenai pemilihan konten literasi:

“Karena memang menyukai buku dari kecil, dan dari kecil pun sudah dikenalkan buku-buku oleh orang tua. Karena aku menyukai kegiatan membaca dan mengoleksi beberapa buku, kenapa nggak membuat konten di Youtube tentang review buku yang aku baca” (KS)

Dapat disimpulkan bahwa alasan informan dalam memilih buku untuk dijadikan sebuah konten yaitu karena menyukai buku dan aktivitas membaca sejak mereka kecil. Karena kegemaran membaca mereka tidak ingin dinikmati sendiri, maka mereka memanfaatkan *platform* Youtube untuk menyebarkan ulasan buku yang telah mereka baca kepada orang lain.

Konten literasi yang dibuat oleh Booktuber

Pembuatan konten literasi yang dilakukan oleh Booktuber merupakan implementasi dari Gerakan Literasi Digital yaitu “Meningkatnya jumlah kegiatan literasi digital yang ada di masyarakat” (Tim GLN Kemendikbud, 2017). Menurut penelitian Detta, dkk (Rahmawan, Mahameruaji, & Anisa, 2019) mengungkapkan bahwa penyebaran konten positif merupakan salah satu strategi terkait promosi literasi digital di masyarakat luas dan juga perlu adanya partisipasi aktif dari anak muda untuk mendukung hal tersebut. Hal ini sejalan dengan

yang dilakukan oleh anggota komunitas Booktube Indonesia yaitu membuat dan menyebarkan konten yang bertema literasi ke masyarakat luas. Dalam penelitian (Perkins, 2017) menjelaskan bahwa pada awalnya konten yang dibuat oleh Booktuber hanya berfokus pada *review* atau resensi buku tetapi lama kelamaan konten tersebut berkembang menjadi beberapa konten populer dikalangan Booktuber internasional yaitu *book haul*, *unboxing book*, *To Be Read (TBR)*, *book tag/challenges*, *wrap up*, dan *bookshelf tours*. Konten-konten tersebutlah yang menjadi referensi untuk Booktuber di Indonesia dalam mengembangkan channel Youtube mereka.

Berikut ini merupakan konten literasi yang dibuat oleh anggota komunitas Booktube Indonesia antara lain yaitu *review* buku, *unboxing* buku dan *book haul*, *reading vlog* dan *bookstore vlog*:

Konten pertama yang dibuat oleh Booktuber adalah *review* buku. *Review* secara bahasa berarti ulasan atau resensi. *Review* buku merupakan kegiatan mengulas isi buku secara singkat dengan prespektif dari masing-masing Booktuber, karena antara Booktuber satu dengan yang lain pasti memiliki cara penyampaian yang berbeda dalam membuat *review buku*. Konten *review* buku ini juga menjadi ajang rekomendasi buku yang dibuat oleh para Booktuber kepada subscribarnya.



Gambar 4. *Review* buku “Kamu tidak salah” oleh channel Kanaya Sophia (Sumber: Channel Youtube Kanaya Sophia)

Berdasarkan gambar di atas, Kanaya Sophia membuat konten video *review* buku “Kamu tidak salah” yang ditulis oleh Jung Hyesbin. Video yang

berdurasi sekitar 8 menit ini menjelaskan dengan ringkas isi dari buku “Kamu tidak salah”, Kanaya juga menjelaskan pendapatnya tentang sampul buku, dan melakukan rating kepada buku tersebut. Video ini telah ditonton sebanyak 1.195 dengan like sebanyak 132. Dan ada beberapa komentar positif yang menanggapi isi buku yang direview oleh Kanaya.

Konten kedua yaitu *Unboxing* buku dan *Bookhaul*. *Unboxing* secara bahasa berarti membuka kemasan, *unboxing* buku berarti kegiatan membuka kemasan buku yang baru saja dibeli. Konten *unboxing* buku merupakan konten dimana seorang Booktuber membuka paket buku yang baru saja dibeli dan menjelaskan apa saja isi dari paket buku tersebut. Sedangkan *bookhaul* merupakan kegiatan seseorang yang membeli buku dalam jumlah banyak. Konten *unboxing* dan *bookhaul* seringkali disatukan dalam satu konten video, seperti yang dilakukan oleh Dhyn Hanarun yang beberapa kali membuat konten tersebut bahkan menurut keterangan dari Dhyn konten tentang *bookhaul* menjadi konten yang paling disukai oleh subscrib-ernya:

“Aku biasanya bikin video Bookhaul, jadi kayak buku-buku yang dibeli di bulan itu, itu juga jadi video yang paling disuka subscriber deh, soalnya kalau habis upload itu selalu banyak yang nonton” (DH)



Gambar 5. Konten *January Bookhaul & Unboxing* di channel Dhyn Hanarun (Sumber: Channel Youtube Dhyn Hanarun)

Dhyn Hanarun membuat konten video dengan

judul “January Book Haul & Unboxing” berisi mengenai buku apa saja yang di beli oleh Dhyn pada bulan Januari 2021, Dhyn menjelaskan singkat tentang tiga buku yang di belinya dengan menarik sehingga mendapatkan banyak komentar positif, mendapatkan 1.012 *viewers* dan mendapatkan 69 *like*.

Konten yang ketiga adalah *Reading vlog*. *Reading vlog* merupakan konten yang berisi kegiatan membaca buku yang dibuat oleh Booktuber dengan durasi yang panjang. Dalam video *reading vlog* Booktuber akan menjelaskan kebiasaan yang dilakukan saat mereka membaca buku.



#FVLOG 20 || Baca 100 halaman sehabian - Reading Vlog Akhir...

Gambar 6. *Reading vlog* dalam channel Fathiyah M (Sumber: Channel Youtube Fathiyah M)

Fathiyah membuat konten *reading vlog* yang menampilkan kebiasaan saat membaca buku dalam durasi 10:40 detik. Dalam *reading vlog* tersebut Fathiyah membuat tantangan kepada dirinya sendiri untuk membaca 100 lembar per hari. Video tersebut ditonton sebanyak 80 kali dan mendapat 9 *like*. Tidak terdapat respon yang diberikan penonton dalam kolom komentar.

Konten ke empat yaitu *Bookstore vlog*. *Bookstore vlog* merupakan kegiatan Booktuber saat mengunjungi toko buku dan menyajikannya dalam bentuk *video blog*. Seperti gambar berikut ini yang merupakan konten *bookstore vlog* dari channel Amelia *Book talks* yang berkeliling toko buku gramedia Purwokerto. Dalam video yang

berdurasi 4:49 detik tersebut menampilkan Amelia yang berkeliling toko buku serta menambahkan *subtitle* bahasa inggris dalam *vlog* tersebut. Video tersebut telah ditonton sebanyak 1.075 kali dengan jumlah *like* 40. Serta mendapkan beberapa komentar positif dari penonton.



Pertama Kali ke Toko Buku di 2021 | Bookstore Vlog (ENG)

Gambar 7. *Bookstore vlog* yang dibuat oleh channel Amelia *Book talks* (Sumber: Channel Youtube Amelia *Book talks*)

Inovasi Yang Dilakukan Dalam Pengenalan Literasi Melalui Video Youtube

Inovasi berasal dari akar kata bahasa latin yaitu *nova* yang berarti baru, sedangkan dalam bahasa inggris yaitu “*innovation*” yang berarti pembaharuan. Inovasi adalah sebuah proses mewujudkan hal baru yang dapat berupa ide, produk, dan layanan yang tentu saja mempunyai nilai dan relevan untuk diwujudkan (Luecke, 2003). Selain itu Inovasi merupakan pengelolaan aktivitas yang berupa proses memperbaiki ide dengan pengembangan teknologi dan sebuah proses produksi sebuah produk atau peralatan (Sisca et al., 2021). Jadi dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah sebuah proses dan tindakan pembaharuan terhadap segala sesuatu dapat berupa ide, gagasan, produk, layanan dan sebagainya.

Pembuatan video Youtube khususnya mengenai literasi diperlukan adanya inovasi atau pembaharuan agar penonton tertarik terhadap video tersebut. Berdasarkan hasil temuan data

berikut ini merupakan dua inovasi yang dilakukan oleh informan dalam pengenalan literasi melalui Youtube yaitu inovasi jenis konten dan inovasi *editing* konten.

Inovasi jenis konten

Inovasi dalam KBBI berarti penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada ataupun sudah dikenal sebelumnya. Sedangkan konten dalam KBBI berarti informasi yang tersedia melalui media elektronik (Kemendikbud, n.d.). Dapat disimpulkan bahwa inovasi konten merupakan penemuan baru yang berupa informasi yang disampaikan melalui media elektronik yang dilakukan oleh seseorang, dalam hal ini adalah inovasi yang dilakukan oleh anggota komunitas Booktube Indonesia dalam pembuatan konten melalui video Youtube. Berikut ini merupakan inovasi jenis konten yang dilakukan antara lain yaitu:

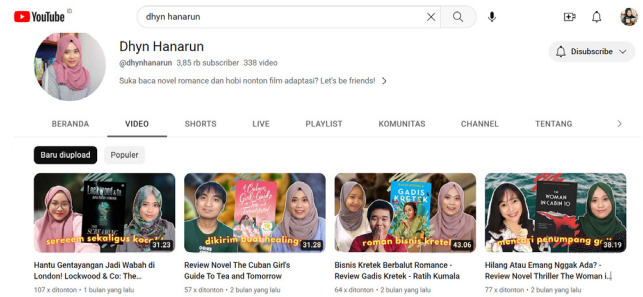
Inovasi jenis konten yang pertama yang dilakukan Booktuber adalah konten diskusi buku. Diskusi buku merupakan sebuah kegiatan bertukar pikiran antar seseorang yang membicarakan mengenai isi buku. Konten diskusi buku ini merupakan konten yang sering dibuat oleh para Booktuber, para Booktuber ini saling berkolaborasi dalam channel Youtube masing-masing, mereka akan membahas mengenai buku yang telah mereka baca. Berikut ini merupakan hasil wawancara dari beberapa informan yang menjelaskan mengenai konten diskusi buku di channel Youtube mereka:

"...sekarang lagi banyak video diskusi sama temen-temen Booktube, buku yang dibahas itu buku yang bakal jadi film" (DH)

"...Aku sekarang ngebanyakin diskusi buku gitu, jadi nama diskusi buku aku, aku namain "ngulik bareng", nah jadi setiap bulannya aku "ngulik bareng" sama temen-temen Booktube, sama temen-temen bookstagram lain bahas tentang satu buku yang berbeda setiap bulannya" (F)

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disim-

pulkan bahwa diskusi buku menjadi pilihan bagi beberapa Booktuber sebagai inovasi dalam pengenalan literasi. Berikut ini merupakan konten diskusi buku yang dibuat oleh channel Dhyn Hanarun:



Gambar 8. Beberapa konten diskusi buku di channel Dhyn Hanarun (Sumber: Channel Youtube Dhyn Hanarun)

Channel dari Dhyn Hanarun banyak melakukan kegiatan diskusi buku yang berkolaborasi dengan Booktuber lain. Dhyn telah membuat konten diskusi buku sebanyak 13 kali dan kebanyakan buku yang dibahas adalah buku yang dijadikan film dan tv series. Konten diskusi buku tersebut menjadi menarik karena ada dua prespektif dari Dhyn dan juga teman diskusinya.

Inovasi konten kedua adalah *Bookshelf show off*. *Bookshelf show off* merupakan inovasi konten yang dilakukan oleh informan Rio Odestila. *Bookshelf show off* merupakan konten yang dibuat oleh Rio yang bertujuan untuk menunjukkan rak buku miliknya dan rak buku dari teman-teman Booktuber yang lain. Dalam video tersebut menjelaskan mengenai isi dari rak buku, buku apa saja yang ada di rak buku, dan juga buku favorit dari pemilik rak tersebut.

"...Aku ada beberapa kali bikin konten yang beda gitu yang pertama itu namanya "Bookshelf show off" itu di mana aku cari salah sumber yang dia bercerita tentang kisah rak bukunya, terus koleksi bukunya apa ada hal spesial pada buku tersebut atau yang lain lain gitu lah" (RO)



Kisah @KanayaSophia Nyari Buku Sampai Ke Negeri Tiga Singa - Episod...

Gambar 9. Konten *Bookshelf show off* di channel Rio Odestila (Sumber: Channel Youtube Rio Odestila)

Rio membuat konten *Bookshelf show off* dengan judul "Kisah @KanayaSophia Nyari Buku Sampai Ke Negeri Tiga Singa - Episode 004" dalam video tersebut Rio menjelaskan mengenai rak buku dan koleksi buku dari Booktuber Kanaya Sophia dengan narasi yang enak untuk didengarkan serta konsep video yang kreatif membuat video tersebut telah ditonton sebanyak 518 kali dengan jumlah like 30 serta mendapatkan komentar positif dari penonton.

Inovasi konten yang ketiga yaitu Kabar Kamis. Konten "Kabar Kamis" merupakan konten yang dibuat khusus di channel informan Kanaya Sophia. Kabar Kamis merupakan sebuah segmen khusus yang bertujuan untuk membagikan kabar-kabar terbaru seputar perbukuan yang dapat berisi informasi buku terbaru yang akan terbit, acara atau *event* buku, diskon buku, dan lain-lain yang menarik untuk dibahas dan akan di unggah setiap hari Kamis.

"Aku buat konten yang namanya "Kabar Kamis" yang dulunya namanya "Thursday Bookish update" yaitu konten yang berisi tentang informasi yang menarik tentang dunia perbukuan seperti buku yang akan terbit, event perbukuan, diskon buku, give away buku, dll yang akan aku upload setiap hari Kamis" (KS)



Novel Terbaru Andrea Hirata Yang Ada Detektifnya

Gambar 10. Konten Kabar Kamis di channel Kanaya Sophia (Sumber: Channel Youtube Kanaya Sophia)

Menurut gambar di atas Kanaya Sophia membuat konten Kabar Kamis pada 21 Juli 2022, dalam konten tersebut berisi mengenai informasi beberapa buku yaitu buku dengan judul "*the burning god*", "*the anthropocene reviewed*" dan "*Where the Wild Ladies Are*" yang akan diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia serta informasi tentang novel terbaru dari Andrea Hirata dengan judul "*Brianna and Bottomwise*". Video tersebut mendapatkan 2235 *viewers* dengan jumlah like sebanyak 182 serta mendapatkan 22 komentar.

Inovasi konten yang ke empat bernama podcast "PAPAYA". Podcast "PAPAYA" merupakan kepanjangan dari Podcastnya Patty dan Aya. Konten yang berupa podcast atau padanan kata di KBBI bernama siniar yang berarti siaran yang berbentuk audio maupun video yang dibuat dalam bentuk digital. Podcast ini diinisiasi oleh dua orang Booktuber yaitu Kanaya Sophia dan Patricia Wulandari dari channel Podluck Podcast Collective. "PAPAYA" ini merupakan konten yang berisi dua orang yang berbincang membahas tema-tema tentang dunia perbukuan dan literasi. Konten "PAPAYA" di channel Kanaya Sophia hingga sekarang sudah berjumlah 8 episode.



Gambar 11. Konten PAPAYA di channel Kanaya Sophia
(Sumber: Channel Youtube Kanaya Sophia)

Kanaya membuat Konten “PAPAYA” episode 2 yang berjudul “Pengalaman baca di ruang publik”, dalam video yang berdurasi 38:07 detik tersebut berisi mengenai obrolan Patty (kiri) dan Kanaya (kanan) yang menceritakan buku yang sedang mereka baca pada saat itu dan juga menceritakan pengalaman mereka saat membaca buku di ruang publik seperti di kafe. Video tersebut telah ditonton sebanyak 3.118 kali dengan jumlah like sebanyak 180 like dan mendapatkan banyak komentar positif.

Selain itu, inovasi jenis konten yang dilakukan oleh Booktuber juga dibuat berdasarkan kegiatan “posting bareng Booktube ID”, dan permintaan dari penonton atau *subscribers*.

Kegiatan internal yang rutin dilakukan oleh pengurus Booktube Indonesia adalah “Posting bareng (Posbar) Booktube ID” yaitu sebuah kegiatan untuk mengunggah sebuah video ke channel Youtube masing-masing anggota yang diadakan setiap bulannya, disetiap bulan tersebut akan mengangkat tema yang berbeda dan tema tersebut dibuat oleh pengurus Booktube Indonesia. Anggota komunitas dapat berpartisipasi dalam melakukan inovasi dengan cara mengunggah video tentang buku ke channel Youtube masing-masing berdasarkan tema yang telah ditentukan. Beberapa tema yang dibuat antara lain yaitu “*Woman: Break the bias*” yang merupakan tema untuk peringatan hari wanita internasional, “Buku dan persahabatan”

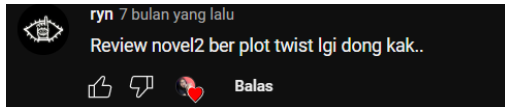
merupakan tema yang diangkat untuk peringatan hari persahabatan nasional, “Ibu dalam sebuah buku” adalah tema yang diangkat untuk peringatan hari ibu dan hari buku nasional, “Cinta buku dan Indonesia” yaitu tema yang dibuat untuk peringatan hari kemerdekaan Indonesia dan tema “Buku seru menemani masa kecilku” yang dibuat untuk mengenang buku yang pernah dibaca saat masih kecil. Kegiatan ini dapat dijadikan inovasi jenis konten untuk Booktuber dan juga memudahkan mereka dalam pembuatan konten karena tema telah ditentukan oleh pengurus Booktube Indonesia. Berikut ini merupakan salah satu poster dari “Posting bareng Booktube ID”:



Gambar 12. Salah satu tema dari “Posting Bareng Booktube ID” pada bulan Juli 2023 (Sumber: Instagram @Booktubeid)

Inovasi selanjutnya yaitu inovasi yang dilakukan oleh channel Kanaya Sophia yang membuat video berdasarkan permintaan dan rekomendasi dari penonton atau *subscribers*. Kanaya membuat segmen di channelnya yang bernama “Rekomendasi Teman” merupakan segmen khusus yang membahas buku-buku yang diminta dan direkomendasikan oleh *subscribers*, baik lewat kolom komentar Youtube maupun dari komentar di Instagram.

Berikut ini merupakan salah satu komentar dari *subscriber* yang menyarankan untuk *review* novel di channel Kanaya Sophia:



Gambar 13. Salah satu komentar dari subscriber di channel Kanaya Sophia (Sumber: Channel Youtube Kanaya Sophia)

Konten “Rekomendasi Temen” yang dibuat oleh Kanaya Sophia berikut ini dengan judul “Buku Favorit Teman Pembaca di bulan September 2022” yang berisi mengenai rekomendasi 5 judul buku dari *subscribers* yang disampaikan lewat Instagram pribadi dari Kanaya yaitu @possessivereader. Buku tersebut terdiri dari 2 buku non fiksi dan 3 buku fiksi. Buku non fiksi yang pertama dengan judul “*The Psychology of money*” karya Morgan Housel, dan buku kedua dengan judul “Garis Batas” karya Agustinus Wibowo. Selanjutnya 3 buku fiksi terjemahan dengan judul “Lelaki-lelaki tanpa perempuan” karya Haruki Murakami, “Kastel terpencil di dalam cermin” karya Mizuki Tsujimura, dan “Pasta kacang merah” karya Durian Sukegawa. Dalam video tersebut Kanaya menjelaskan secara singkat mengenai isi masing-masing buku dan juga jumlah rating dari buku tersebut di aplikasi Goodreads.



Gambar 14. Konten “Rekomendasi Temen” di channel Kanaya Sophia (Sumber: Channel Youtube Kanaya Sophia)

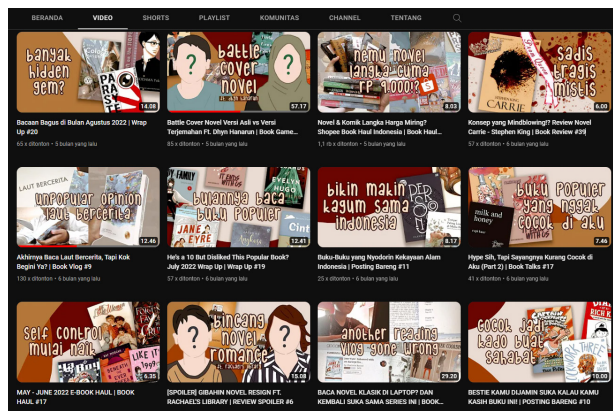
Inovasi editing konten

Proses editing merupakan tahapan akhir dari sebuah produksi film atau video, sebelum proses

editing dilakukan tahapan yang lebih dahulu dilakukan adalah tahap pengambilan gambar atau *shooting* (Setyawan, 2015). Proses editing juga diartikan sebagai proses pemilihan, pemotongan, dan penggabungan gambar sehingga dapat menghasilkan sebuah film/program/tayangan yang dapat dinikmati oleh masyarakat (Hartanto, 2017). Dalam melakukan inovasi, anggota komunitas Booktube Indonesia juga melakukan proses editing untuk konten-konten yang di upload di channel Youtubanya. Inovasi editing konten yang dilakukan oleh Booktuber antara lain yaitu pembuatan *thumbnail* yang menarik, membuat video intro dan outro dan membuat *subtitle* berbahasa Inggris.

Inovasi editing yang pertama adalah inovasi pembuatan *thumbnail* yang menarik. *Thumbnail* merupakan gambar tampak depan atau sampul depan dari video Youtube. *Thumbnail* merupakan salah satu aspek penting dalam pembuatan konten video di Youtube karena dari sebuah *thumbnail* penonton dapat tertarik dengan video yang di unggah. Berdasarkan penelitian Zaenul & Denas (Arifin & Nugraha, 2022) menjelaskan bahwa *Thumbnail* menjadi salah satu komponen utama algoritma Youtube yang dapat digunakan untuk penyebaran informasi di Youtube. Berikut ini merupakan penjelasan dari informan:

“Inovasi dibagian *thumbnail* yang tone nya sama yaitu warna kecoklatan” (RO)

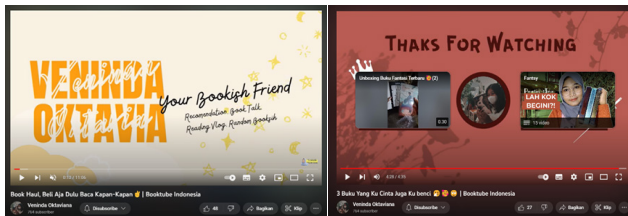


Gambar 15. Inovasi *Thumbnail* dari channel Riski Oktavian (Sumber: Channel Youtube Riski Oktavian)

Channel Youtube dari Riski Oktavian memiliki inovasi membuat *thumbnail* dengan warna yang senada yaitu warna kecoklatan. Hal tersebut juga menjadi ciri khas tersendiri dari channel Riski Oktavian.

Inovasi editing konten kedua adalah membuat video intro (pembuka) dan outro (penutup). Video intro merupakan video pendek pembuka yang berguna untuk menarik perhatian penonton. Video intro dapat berupa teks dengan animasi, cuplikan video, dan juga *background* yang menarik. Sedangkan outro merupakan penutup untuk sebuah video di channel Youtube. Outro dapat berupa teks, *background*, dan juga rekomendasi video lain yang ada di channel Youtube tersebut. Berikut ini merupakan inovasi dari informan Veninda Oktaviana dalam pembuatan intro dan outro di channel miliknya:

"Aku bikin di ending video itu kayak soundtrack khusus, terus teks nya juga kayak aku kasih animasi-animasinya gitu..." (VO)



Gambar 16 & 17. Video intro dan outro di channel Veninda Oktaviana (Sumber: Channel Youtube Veninda Oktaviana)

Veninda membuat video intro yang menarik dengan memberikan animasi teks yang berisi nama channel dan keterangan *branding* dari channelnya, sedangkan untuk video outro Veninda menambahkan rekomendasi konten lain yang ada di dalam channelnya. Dalam video intro dan outro tersebut Veninda juga menambahkan *background* khusus untuk channel Youtube nya.

Inovasi editing konten yang ketiga adalah membuat *subtitle* Bahasa Inggris. *Subtitle* merupakan teks yang berada di bawah video yang berguna untuk menerjemahkan pengucapan dari pembuat

konten yang berguna untuk membantu penonton agar mengerti apa yang sedang di sampaikan oleh pembuat konten. Salah satu informan yang membuat inovasi dengan memberikan *subtitle* berbahasa Inggris adalah channel Amelia Book Talks, berikut merupakan keterangan dari Amelia terkait inovasi yang dilakukan:

"...pengin selalu ada subtitle di videoku, karena aku berpikir siapa tahu subtitle itu ngaruh untuk penonton di luar, aku kasih subtitle bahasa Inggris, mungkin mereka siapa tahu nonton terus jadi terekspos sama buku-buku dari Indonesia, kalau biasanya kalau kita baca buku terjemahan kan udah biasa, kalau buku Indonesia terjemahan dibaca orang luar negeri kan waw gitu nggak sih..."
(A)



Gambar 18. Pemberian subtitle Bahasa Inggris pada channel Amelia Book Talks (Sumber: Channel Youtube Amelia Book Talks)

Dalam melakukan kegiatan inovasi dalam pengenalan literasi melalui video Youtube yang telah dilakukan oleh anggota komunitas Booktube Indonesia terdapat beberapa kendala yang dialami oleh mereka antara lain yaitu waktu yang dibutuhkan untuk membuat konten, *mood* atau suasana hati, peralatan untuk merekam video, dan mencari penonton yang sesuai dengan jenis konten yang mereka buat. Meskipun memiliki beberapa kendala tersebut mereka membuat channel Youtube yang berisi mengenai penyebaran literasi berdasarkan kesukaan mereka terhadap membaca buku sejak kecil. Berikut ini merupakan alasan informan dalam

pemilihan konten literasi:

“Karena gue memang suka membaca dari kecil, karena dulu waktu kecil sering dibelikan majalah kayak majalah Bobo gitu dan karena menurut gue hal yang disukai menjadi pekerjaan jadi gue sangat enjoy dalam menjalaninya.” (RO)

Berdasarkan keterangan di atas informan memiliki kegemaran membaca sejak mereka kecil. Upaya dalam menumbuhkan minat baca akan lebih mudah dan efektif dilakukan saat masa kecil dan orang tua memiliki peran yang besar dalam pengenalan literasi membaca terhadap anak mereka karena memiliki kegemaran membaca buku dari kecil (Sudarsana, 2014). Hal tersebut menjadi faktor pendukung informan untuk membuat konten tentang buku yang juga dapat mempengaruhi orang lain agar menyukai kegiatan membaca buku melalui konten Youtube (Permatasari et al., 2020). Melalui inovasi konten yang telah mereka lakukan, membuat informan mendapatkan keuntungan berupa Youtube *adsense* atau penghasilan dari Youtube untuk akun yang telah memenuhi syarat untuk *monetize*. Selain itu mereka juga beberapa kali mendapatkan tawaran untuk bekerjasama dengan penerbit ataupun dengan penulis untuk mempromosikan buku di channel Youtube mereka. Hal tersebut juga dapat dijadikan solusi untuk penggiat literasi yang lain seperti pengelola perpustakaan dan TBM untuk membuat konten video yang serupa sebagai sarana promosi koleksi buku yang ada di perpustakaan maupun di TBM tersebut, karena ternyata membuat konten yang bertemakan buku juga dapat memiliki penonton yang banyak dan dapat berpenghasilan melalui konten tersebut.

Menurut penelitian (Manita & Nurmayasari, 2020) menjelaskan bahwa tidak adanya bantuan dana dari pemerintah terhadap pengelolaan Rumah Baca Komunitas Selaras membuat pengelola kebingungan dalam melakukan pengembangan koleksi. Menurut penelitian dari (Auliyah, 2022) menjelaskan bahwa masalah kurangnya pendanaan di TBM Pelangi

Nusantara menjadikan terhambatnya pengembangan TBM tersebut. Selain itu menurut penelitian (Mustasia, 2022) menjelaskan bahwa hambatan yang dirasakan oleh TBM Sahabat Bukit Tui adalah kurangnya pendanaan atau anggaran yang mengakibatkan upaya untuk meningkatkan budaya baca masyarakat Kelurahan Koto Panjang terhambat. Dari ketiga penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Taman Bacaan Masyarakat memiliki masalah terhadap pendanaan untuk pengelolaan TBM dan kesulitan untuk mengembangkan TBM karena masalah dana yang kurang. Dalam hal ini peneliti memberi solusi yaitu membuat konten tentang buku seperti yang dilakukan oleh Booktuber di Komunitas Booktube Indonesia. Penggiat literasi maupun pengelola TBM dapat memanfaatkan media sosial untuk membuat konten serupa dengan media yang sama maupun media yang berbeda sehingga dapat menjadi inovasi terhadap promosi terkait konten literasi ke masyarakat yang lebih luas.

E. SIMPULAN

Anggota komunitas Booktube Indonesia menyebarkan konten literasi berdasarkan kegemaran mereka terhadap membaca buku dengan memanfaatkan platform Youtube yaitu sebagai implementasi *new media* atau media baru. Berdasarkan temuan data yang peneliti peroleh ada dua inovasi yang dilakukan oleh informan terhadap penyebaran konten literasi yaitu inovasi jenis konten dan inovasi editing konten. Inovasi jenis konten antara lain yaitu konten diskusi buku, *Bookshelf show off*, Kabar Kamis, Podcast PAPAYA, inovasi konten berdasarkan tema, dan inovasi konten berdasarkan permintaan dan rekomendasi penonton. Sedangkan inovasi editing konten yaitu membuat *thumbnail* yang menarik, membuat video intro dan outro serta membuat *subtitle* bahasa Inggris.

Anggota komunitas Booktube Indonesia dalam melakukan inovasi memiliki beberapa kendala berupa waktu untuk membuat konten, *mood* atau

suasana hati, peralatan untuk merekam video, dan mencari penonton yang sesuai dengan jenis konten yang mereka buat. Pembuatan konten yang konsisten dan melakukan berbagai inovasi membuat informan memiliki ribuan *subscribers* dan memiliki pendapatan dari channel Youtube mereka. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa membuat konten yang bertemakan literasi khususnya tentang buku memiliki potensi meningkatkan literasi masyarakat di era digital. Inovasi yang dilakukan oleh anggota komunitas Booktube Indonesia dalam menyebarkan konten literasi melalui video Youtube dapat diterapkan oleh para penggiat literasi contohnya adalah pengelola perpustakaan ataupun TBM sebagai sarana promosi dan dapat dijadikan solusi memperoleh tambahan dana untuk mengelola perpustakaan maupun TBM.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. Z., & Nugraha, D. H. (2022). Efektivitas Algoritma Youtube Sebagai Kunci Keberhasilan Penyebaran Informasi dan Dakwah Islam Melalui Media Online (Studi terhadap komunitas Youtuber di Pati Jawa Tengah). *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(2), 133–145. <https://doi.org/10.54396/qlb.v2i2.299>
- Auliyah, T. (2022). *URGENSI TAMAN BACA MASYARAKAT PELANGI NUSANTARA DALAM MENINGKATKAN BUDAYA BACA MASYARAKAT DI KELURAHAN JELUTUNG KECAMATAN JELUTUNG KOTA JAMBI*.
- Federal Register. (2008). *National Institute for Literacy*. <https://www.federalregister.gov/agencies/national-institute-for-literacy#:~:text=Literacy is an individual's ability,the family%2C and in society>.
- Hartanto, B. (2017). *What is Editing*. Binus.Ac.Id. <https://binus.ac.id/malang/2017/09/what-is-editing/#:~:text=Editing adalah proses pemilihan%2C pemoangan,melakukan editing disebut sebagai editor>.
- Iman, B. N. (2022). Budaya Literasi dalam Dunia Pendidikan. *Proceeding Membangun Karakter Dan Budaya Literasi Dalam Pembelajaran Tatap Muka Terbatas Di SD*.
- Kemendikbud. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Kemendikbud. (2017). Panduan Gerakan Literasi Nasional. *Panduan Gerakan Literasi Nasional*, 50.
- Luecke, R. (2003). *Managing Creativity And Innovation*. Harvard Business School.
- Manita, R. J., & Nurmayasari. (2020). Eksistensi Rumah Baca Bagi Komunitas Selaras Alam. *Istinarah*, 2.
- Mustasia, D. (2022). Strategi Taman Baca Masyarakat Sahabat Bukit Tui Dalam Meningkatkan Budaya Baca Di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang. *JIPIS*, 1(2).
- Noija, J. S. A., & Tuhumury, K. C. (2023, September). *Edukasi dari Konten Literasi*. Kantorbahasamaluku.Kemendikbud,Go,Id.
- Nur,E.(2021).Peran Media Massa dalam Menghadapi Serbuan Media Online The Role of Mass Media in Facing Online Attacks. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Masa*, 2(1), 51–64.
- Perkins, K. (2017). The Boundaries of BookTube. *Serials Librarian*, 73(3–4), 352–356. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2017.1364317>
- Permatasari, A. N., Maulani, I. I., Darmawan, F., & Nurrahmawati, N. (2021). Mediamorfosis Itu Bernama Booktube: Analisis Resepsi Terhadap Penonton Booktube. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 55–67. <https://doi.org/10.14710/interaksi.10.1.55-67>
- Permatasari, A. N., Maulani, I. N. I., Nurrahmawati, & Darmawan, F. (2021). Mediamorfosis itu Bernama Booktube: Analisis Resepsi terhadap Penonton Booktube. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 55–67.
- Permatasari, A. N., Maulani, I. N. I., Widiyanto, K. N., & Darmawan, K. Z. (2020). Makna BookTube bagi Para Pembaca Buku di Era Digital. *CHANNEL:*

-
- Jurnal Komunikasi*, 8(2), 119. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i2.17119>
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019a). Pengembangan Konten Positif sebagai Bagian dari Gerakan Literasi Digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 31–43.
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019b). Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 31. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.20575>
- Setyawan, H. (2015). *Buku Ajar Editing*. AKADEMI KOMUNIKASI INDONESIA (AKINDO) YOGYAKARTA.
- Sisca, Hengki, Ernest, Bonaraja, Idah, Marto, Fajrillah, Andriasan, & Eko. (2021). *Manajemen Inovasi* (J. Simarmata, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Suárez, M. del M., & González Argüello, M. V. (2020). Becoming a Good BookTuber. *RELC Journal*, 51(1), 158–167. <https://doi.org/10.1177/0033688220906905>
- Sudarsana, U. (2014). *Pembinaan Minat Baca*. Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (3rd ed.). Alfabeta.
- Tim GLN Kemendikbud. (2017). Materi Pendukung Literasi Digital: Gerakan Literasi Nasional. *Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan*, 33.
- Tolstopyat, N. (2018). BookTube, Book Clubs and the Brave New World of Publishing. *Satura*, 1, 91–96.
- Ullman, S. (2018). *Youtube Basics for Journalist* (E. Polgreen, Ed.). Media Impact Project.
- UNESCO. (2023). *What you need to know about literacy*. UNESCO. <https://www.unesco.org/en/literacy/need-know#:~:text=Literacy is a continuum of,well as job-specific skills>.
- We Are Social, & Hootsuite. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Hootsuite; Hootsuite. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
-