

Nomor Skripsi: 4302/UN40.A2.13/PT/2023

**PENGARUH KAMPANYE LITERASI DIGITAL NASIONAL
TERHADAP MINAT LITERASI DIGITAL
(Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



oleh

Dewi Yulia Salma Rusmiati

NIM 1902258

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KAMPANYE LITERASI DIGITAL NASIONAL
TERHADAP MINAT LITERASI DIGITAL
(Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat)**

oleh

**Dewi Yulia Salma Rusmiati
NIM 1902258**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Prof. Cecep Darmawan, S.Pd., S.I.P., S.A.P., S.H., M.H., M.Si.
NIP. 196909291994021001

Pembimbing II,



Dr. Kusnendi, MS.
NIP. 196001221984031003

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si.
NIP. 198507172014041001

**PENGARUH KAMPANYE LITERASI DIGITAL NASIONAL
TERHADAP MINAT LITERASI DIGITAL
(Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat)**

Oleh

Dewi Yulia Salma Rusmiati

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Dewi Yulia Salma Rusmiati
Universitas Pendidikan Indonesia
2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH KAMPANYE LITERASI DIGITAL NASIONAL TERHADAP MINAT LITERASI DIGITAL (Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,

A yellow 1000 Rupiah stamp with a Garuda emblem and a handwritten signature over it. The stamp features the text 'SERIBU RUPIAH', '1000', 'METRAL TEMPEL', and the serial number 'EFEAKX585497585'.

Dewi Yulia Salma Rusmiati

NIM 1902258

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kampanye Literasi Digital Nasional Terhadap Minat Literasi Digital (Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat)”**. Tentunya dalam tidak sedikit hambatan yang dihadapi penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Namun atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat segera dirampungkan.

Tak lepas pula dari tujuan utama penyusunannya, skripsi ini diselesaikan penulis guna merampungkan kewajiban akademik sebagai mahasiswa dan dalam tujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. Ikom). Dalam pelaksanaannya, penulis menyadari masih banyaknya kekurangan skripsi ini dalam berbagai aspek. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran dari pembaca ataupun dari berbagai kalangan lainnya dalam mengisi dan memperbaiki kekurangan tersebut.

Penulis berharap dengan hasilnya penelitian ini dapat memperkaya ilmu pengetahuan pada rumpun ilmu komunikasi, tepatnya dalam ranah komunikasi persuasif. Sehingga dapat memberikan manfaat praktis maupun manfaat teoritis bagi semua kalangan dan menjadi manfaat bagi masyarakat luas di masa yang akan datang.

Bandung, Agustus 2023

Dewi Yulia Salma Rusmiati

NIM 1902258

UCAPAN TERIMA KASIH

Tentunya dalam penyusunan dan terlaksananya skripsi ini melibatkan berbagai pihak yang telah membantu dan berpartisipasi di dalamnya. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya kepada penulis selama proses merampungkan skripsi;
2. Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta segenap jajarannya;
3. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia beserta segenap jajarannya;
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia;
5. Prof. Cecep Darmawan, S.Pd., S.I.P., S.A.P., S.H., M.H., M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah memonitor dan memberikan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi berlangsung;
6. Dr. Kusnendi, M.S., selaku dosen pembimbing II yang telah memonitor penulis selama penyusunan skripsi serta memberikan bimbingan dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini;
7. Seluruh dosen dan jajaran staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta membantu dan melayani kebutuhan administrasi maupun non-administrasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Rusmana dan Teti Sumyati selaku orang tua penulis yang selalu sabar mendampingi, memberikan motivasi, mendoakan, dan memberikan perhatian baik moral maupun materil yang sangat berarti bagi penulis;
9. Naya Kusmana, Dodi Supriatna dan Evi Rosmiati selaku kakak yang suportif dalam memberikan motivasi dan perhatian baik moral maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini;
10. Enggeng, Owen, Uweng, Emeng, yang selalu memberikan penghiburannya selama proses menyelesaikan skripsi ini;

11. Kim Hanbin yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan hiburan selama proses mengerjakan skripsi;
12. Kamelia, Sintia, Yayang, dan Alsa yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi;
13. Seluruh teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, yang telah membantu, memotivasi, dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi;
14. Seluruh responden penelitian ini, yaitu remaja di Jawa Barat yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner penelitian ini dengan baik;
15. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu namanya.

Semoga segala bentuk pemberian, doa, dan ketulusan yang diberikan oleh masing-masing pihak yang telah penulis sebutkan di atas dapat menjadi ladang ibadah dan pahala yang berlipat dari Allah SWT.

Bandung, Agustus 2023

Dewi Yulia Salma Rusmiati

NIM 1902258

ABSTRAK

Dewi Yulia Salma Rusmiati. 2023. Pengaruh Kampanye Literasi Digital Nasional Terhadap Minat Literasi Digital (Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat).

Tingginya konsumsi informasi digital yang sedang terjadi Indonesia tidak diimbangi dengan tingkat literasi digital masyarakatnya. Beberapa data penelitian sebelumnya menunjukkan rendahnya minat literasi digital masyarakat Indonesia, khususnya remaja sebagai golongan terbesar pengakses teknologi digital. Begitu pula dengan Jawa Barat sebagai provinsi terbesar keempat mengalami penurunan tingkat literasi digital. Oleh karena itu, pemerintah mulai menggencarkan kampanye Literasi Digital dengan harapan agar masyarakat makin cakap berliterasi digital dan meningkatkan minat mereka yang sesuai dengan prinsip *Elaboration Likelihood Theory* bahwa paparan pesan persuasif dapat mengubah perilaku individu. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji *Elaboration Likelihood Theory* dengan menganalisis pengaruh kampanye Literasi Digital Nasional terhadap minat literasi digital pada remaja di Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan metode korelasi yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *probability sampling* dengan beberapa kriteria guna mempererat derajat kesamaan. Variabel independen (X) yaitu kampanye Literasi Digital Nasional yang meliputi isi pesan (X_1) dan struktur pesan (X_2) dengan variabel dependen (Y). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh baik secara parsial maupun simultan antara kampanye Literasi Digital Nasional (X) terhadap minat literasi digital (Y). Secara keseluruhan, hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kampanye Literasi Digital Nasional terhadap minat literasi digital pada remaja di Jawa Barat dengan nilai koefisien determinasi 0,197 atau 19,7%. Sehingga dapat disimpulkan terdapat 80,3% faktor lain yang mempengaruhi minat literasi digital di luar variabel yang diteliti. Maka dari itu, peneliti merekomendasikan agar penelitian selanjutnya dapat menghadirkan faktor-faktor lain di luar konteks kampanye Literasi Digital untuk mengetahui secara lebih luas faktor apa saja yang mempengaruhi minat literasi digital pada remaja.

Kata kunci: Kampanye, Kampanye Literasi Digital Nasional, Minat Literasi, Remaja.

ABSTRACT

Dewi Yulia Salma Rusmiati. 2023. *The Influence of the National Digital Literacy Campaign on Digital Literacy Interests (Correlation Study on Adolescents in West Java)*.

The high consumption of digital information that is currently happening in Indonesia is not matched by the level of digital literacy among its people. Some previous research data shows low interest in digital literacy in Indonesian society, especially among adolescents, who are the largest group of users of digital technology. Likewise, West Java, as the fourth-largest province, has experienced a decline in digital literacy levels. Therefore, the government has begun to intensify the Digital Literacy campaign in the hope that people will become more proficient in digital literacy and increase their interest in accordance with the principle of the Elaboration Likelihood Theory that exposure to persuasive messages can change individual behavior. So this study aims to test the Elaboration Likelihood Theory by analyzing the influence of the National Digital Literacy Campaign on digital literacy interest among adolescents in West Java. This research was conducted using a quantitative approach and the correlation method by distributing questionnaires to 100 respondents. Samples were taken using a probability sampling technique with several criteria in order to strengthen the degree of similarity. The independent variable (X) is the National Digital Literacy Campaign, which includes message content (X_1) and message structure (X_2) with the dependent variable (Y) is literacy interest. The results of the study show that there is influence both partially and simultaneously between the National Digital Literacy Campaign (X) and digital literacy interest (Y). Overall, the results show that there is a positive and significant influence of the National Digital Literacy Campaign on digital literacy interest among adolescents in West Java, with a coefficients determination value of 0.197, or 19,7%. So that it can be concluded that there are 80,3% of other factors that influence interest in digital literacy outside the variables studied. Therefore, the researcher recommends that further research be able to present other factors outside the context of the Digital Literacy campaign to find out more broadly what factors influence interest in digital literacy in adolescents.

Keywords: Campaign, National Digital Literacy Campaign, Interest in Literacy, Youth.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teori.....	7
1.4.2 Manfaat Kebijakan.....	8
1.4.3 Manfaat Isu dan Aksi Sosial	8
1.5 Struktur Organisasi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teoritis Penelitian	10
2.1.1 Teori Persuasi sebagai Grand Theory	10
2.1.2 Elaboration Likelihood Theory	14
2.1.3 Kampanye Sebagai Implementasi ELT.....	19
2.2 Kampanye Literasi Digital Nasional: Upaya Peningkatan Literasi Digital.....	23
2.3 Literasi Digital Sebagai Konsep Literasi Baru	26
2.4 Literasi Digital di Kalangan Remaja	29
2.5 Membentuk Kesadaran Melalui Minat.....	30
2.6 Penelitian Terdahulu.....	32
2.7 Kerangka Berpikir	38
2.8 Paradigma Penelitian.....	41

2.9	Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Desain Penelitian	42
3.2	Partisipan	42
3.3	Populasi dan Sampel.....	43
3.3.1	Karakteristik Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	45
3.3.2	Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia	46
3.3.3	Karakteristik Subjek Berdasarkan Domisili.....	47
3.4	Instrumen Penelitian.....	48
3.4.1	Pengujian Instrumen	53
3.5	Prosedur Penelitian.....	57
3.6	Analisis Data	59
3.6.1	Analisis Statistika Deskriptif	59
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.6.3	Uji Hipotesis	61
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Analisis Deskripsi Tanggapan Responden	65
4.3.1	Deskripsi Pengaruh Kampanye Literasi Digital Nasional	67
4.3.2	Deskripsi Isi Pesan Kampanye Literasi Digital Nasional	68
4.3.3	Deskripsi Struktur Pesan Kampanye Literasi Digital Nasional	70
4.3.4	Deskripsi Minat Literasi Digital	71
4.2	Uji Asumsi Klasik	72
4.4.1	Uji Normalitas.....	72
4.4.2	Uji Multikolinearitas	74
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	75
4.3	Uji Hipotesis.....	76
4.5.1	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	76
4.5.2	Uji Regresi Linier Berganda (ARM)	77
4.5.3	Uji Kelayakan Model.....	79
4.5.4	Pengujian Hipotesis	80
4.5.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2	81
4.4	Pembahasan	81
4.6.1	Isi Pesan Kampanye Berpengaruh Terhadap Minat Literasi Digital	

4.6.2 Struktur Pesan Kampanye Paling Berpengaruh Terhadap Minat Literasi Digital	85
4.6.3 Kampanye Literasi Digital Nasional Memiliki Pengaruh yang Positif Terhadap Minat Literasi Digital.....	87
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	94
5.1 Simpulan.....	94
5.2 Implikasi.....	95
5.2.1 Implikasi Teoritis	95
5.2.2 Implikasi Praktis	95
5.3 Rekomendasi	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Karakteristik Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin (n=100).....	45
Tabel 3.2 Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia (n=100)	46
Tabel 3.3 Karakteristik Subjek Berdasarkan Domisili (n=100).....	48
Tabel 3.4 InstrumenaPenelitian.....	49
Tabel 3.5 Skala Pengukuran Likert.....	53
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 3.7 Tingkat Keandalan Instrumen Cronbach Alpha	56
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 3.9 Kategori Variabel DistribusiaFrekuensi	59
Tabel 3.10 Kategori Tingkat Hubungan	62
Tabel 4.1 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi	66
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Kampanye Literasi Digital Nasional (n=100)	67
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Kampanye Literasi Digital Nasional (n=100)	68
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Isi Pesan Kampanye (n=100).....	69
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Isi Pesan Kampanye (n=100)	69
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Struktur Pesan Kampanye (n=100)	70
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Struktur Pesan Kampanye (n=100)	71
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Minat Literasi Digital (n=100)	71
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Minat Literasi Digital (n=100)	72
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Normalitas	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	75
Tabel 4.13 Matriks Statistik Deskriptif Variabel	76
Tabel 4.14 Kategori Tingkat Hubungan	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Grand, Middle, dan Practical Theory.....	10
Gambar 2.2 Elaboration Likelihood Model	16
Gambar 2.3 Bagan Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 2.4 Bagan Paradigma Berpikir	41
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plots	74
Gambar 4.2 Grafik Uji Heteroskedastisitas	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 2 Data Responden	110
Lampiran 3 Tanggapan Responden	113
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	118
Lampiran 5 Analisis Deskripsi Tanggapan Responden.....	120
Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden.....	121
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	123
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	124
Lampiran 9 Hasil Turnitin	125

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson dan Prion. (2013). Reliability: Measuring Internal Consistency Using Cronbach's α . *Clinical Simulation in Nurisng*, 9, 179-180.
- Afandi, Junanto, dan Arfiani. (2016). Implementasi *Digital-Age Literacy* dalam Pendidikan Abad 21 di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Sains*, 113-120.
- Anggraini, Diyah. (2021). Mengenal Program Literasi Digital Nasional untuk Kemajuan Indonesia. [Artikel]. diakses dari:
<https://digitalbisa.id/artikel/mengenal-program-literasi-digital-nasional-untuk-kemajuan-indonesia/>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahar, Leon Gustav. (2022). Penerapan Content Marketing untuk Meningkatkan Volume Penjualan dan Brand Awarness pada Café Mimik Baik Surabaya. *Laporan Praktik*. Universitas Dinamika
- Bawden. (2001). Information and Digital Literacies: A Revoew of Concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218-259.
- Binus University. (2016). Digital Natives. [Artikel]. Diakses dari:
<https://sis.binus.ac.id/2016/12/16/digital-natives/>
- Buckingham. (2015). Defining Digital Literacy: What do young people need to know ababout digital media?. *Journal of Digital Literacy*, 2015(4), 21-34
- Bungin, B. (2006). *Analisis Penelitian Data Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Burgon dan Huffner. (2002). *Human Communication*. London: Sage Publication.
- Cangara, Harfied. (2017). *Perencanaan dan Stratefi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.

- Carpenter, C. J. (2020). Elaboration Likelihood Model. In *The International Encyclopedia of Media Psychology*, J. Bulck (Ed.) <https://doi.org/doi:10.1002/97811190110701.iemp0070>.
- Charestella. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye BTS Love Myself Terhadap Purchase Intention pada Pembelian Produk Merchandise BTS Love Myself. [Skripsi]. Universitas Brawijaya.
- Craig dan Andrews, J. (1998). "Motivation, Ability, and Opportunity to Process Information: Conceptual and Experimental Manipulation Issues". ACR North American Advances. NA-15.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- DeVellis. (2017). *Scale Development: Theory and Application* (4th edition). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Dinata. (2021). Literasi Digital dalam Pembelajaran Daring. *Jurnal Eksponen*, 11(1), 20-27.
- Disdukcapil Jawa Barat. (2022). *Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Jawa Barat*. Jawa Barat: Pemprov Jabar. Diakses dari: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-penduduk-berdasarkan-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-jawa-barat>
- Erlianti dan Ardoni. (2019). Urgensi Literasi Digital Untuk Generasi Z: Studi Kasus SMPN 4 Palembang Kabupaten Agam. *Journal of Information and Library Studies*, 2(2), 189-204.
- Eshet-Alkalai. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework fo Survival Skills in the Digital Era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1), 93-106.
- Gass dan Seiter. (2007). *Persuasion, Social Influence, and Compliance Gaining*. Boston: Allyn & Bacon.
- Glister dan Watson. (1999). *Digital Literacy*. New York: Computer Pub.

- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Go, Samuel. (2020). Pengaruh Digital Campaign Tokopedia #MulaiAjaDulu Terhadap Minat Beli Konsumen. [*Skripsi*]. Universitas Multimedia Nusantara
- Hurlock, ELizabeth. (2010). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Indrawan dan Yaniawati. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Irwin, dalam Amanda. (2021). Pentingnya Literasi Digital bagi Remaja. [*Artikel*]. diakses dari: <https://news.republika.co.id/berita/r02u03423/pentingnya-literasi-digital-bagi-remaja/>
- Jolls dan Thoman. (2008). *An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education*. ISBN: 978-1-879419-00-1
- Katadata. (2020). *Status Literasi Digital Indonesia 2020*. Jakarta: Katadata Insight Center.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2021). Peluncuran Program Literasi Digital Nasional. [*Press Release*]. Diakses dari: <https://balitbangsdm.kominfo.go.id/berita-peluncuran-program-literasi-digital-nasional-44-777>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2021). Luncurkan Program Literasi Digital Nasional, Presiden: Dorong Masyarakat Makin Cakap Digital. [*Artikel*]. Diakses dari: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/34599/luncurkan-program-literasi-digital-nasional-presiden-dorong-masyarakat-makin-cakap-digital/0/berita>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Katadata. (2022). *51% Lulusan SMA ke Bawah Memiliki Literasi Digital Rendah*. Diakses dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/51-lulusan-sma-ke-bawah-memiliki-literasi-digital-rendah>

- Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Katadata. (2022). *Ini Provinsi dengan Literasi Digital Terbaik Nasional pada 2021*. Diakses dari: <https://databoks-series.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/ini-provinsi-dengan-keamanan-digital-terbaik-pada-2021>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Katadata. (2022). *Perbandingan Indeks Literasi Digital Laki-laki dan Perempuan Indonesia (2021)*. Diakses dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/literasi-digital-perempuan-indonesia-belum-setara-dengan-laki-laki>
- Kemal dan Ernungtyas. (2020). Pengaruh Kampanye #UbahJakarta oleh PT MRT Jakarta Terhadap Niat Menggunakan Transportasi Publik di Jakarta. *Jurnal Humaniora*, 20(1), 47-58.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2017). *Materi Pendukung Literasi Digital*. Jakarta: Kemendikbud
- Kemenpanrb. (2021). Luncurkan Program Literasi Digital Nasional, Presiden: Dorong Masyarakat Makin Cakap Digital. [Artikel]. Diakses dari: <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/dari-istana/luncurkan-program-literasi-digital-nasional-presiden-dorong-masyarakat-makin-cakap-digital>
- Kotlay. (2011). The Media and The Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy. *Journal of Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221.
- Kriyantono. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Krisis & Kualitatif*: Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kurnia dan Astuti. (2017). Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran, dan Mitra. *Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*, 47(2), 149-166.kurnia
- Kurnianingsih, Rosini, dan Ismayanti. (2017). Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital Bagi Tenaga Perpustakaan Wilayah Jakarta Pusat Melalui

- Pelatioan Literasi Informasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 61-76.
- Landa, Sunaryo, dan Tampubolon. (2021). Pengaruh Literasi Digital Guru dan Manajemen Pembelajaran Terhadap Minat Belajar Peserta Didik di SMA Pelita Rantepao. *Jurnal Cendikia: Jurnal Pendidikan Matematika*. 5(1).
- Larson, C. U. (1996). *Persuasion Reception and Responsibility*. California: Wasworth Publishing Company.
- Lesmana. (2022). Literasi Digital RI Masih Rendah, Ketika Pandemi Banyak Masyarakat yang Kelabakan. [Artikel]. Diakses dari: <https://www.suara.com/bisnis/2022/08/14/164001/literasi-digital-ri-masih-rendah-ketika-pandemi-banyak-masyarakat-yang-kelabakan>
- Liliwiri, A. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Perdana Media.
- Limia dan Aristi. (2019). Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Jurnal Komunikatif*, 8(2), 205-222.
- Littlejohn dan Foss. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California: Sage Publications.
- Littlejohn, Foss, dan Oetzel. (2016). *Theories of Human Communication*. USA: Waveland Press, Inc.
- Machin-Mastrimatteo. (2021). Information and Digital Literacy Initiatives. *Journal Information Development*, 37(3), 329-333.
- Martin. (2006). *Literacies for the Digital Age*. London: Fact Publishing.
- McCall. (1970). *Fundamental Statistic for Psychology*. New York: Harcourt, Brace & World.
- McWilliam, Hartley, dan Gibson. (2018). Introduction: Digital Literacy. *Communication & Media Studies*, 128, 46-47.
- Miller, K. (2005). "Communication theories: perspective, processes, and contecr: *Theories of message processing*. New York: McGraw-Hill.

- Natasha, Sadono, dan Hakim. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye “Stop Sexual Violence!” terhadap Minat Konsumen (Studi Tentang Pengaruh Pesan Kampanye Oleh The Body Shop Terhadap Minat Konsumen dalam Mengikuti Petisi). *Seminar Nasional 2022 “Transformasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Pasca Pandemi”*. 1(01)
- Park. (2021). A Scientometric Study of Digital Literacy, ICT Literacy, Information Literacy, and Media Literacy. *Journal of Data and Information Science*, 6(2), 116-138.
- Perloff, R.M. (2017). *The Dynamics Of Persuasion: Communication And Attitude in the 21st Century*. New York: Routledge.
- Petty dan Brinol. (2002). *Implications of the Elaboration Likelihood Model of Persuasive*. 124-162.
- Petty, R. E., dan Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Germany: Springer-Verlag.
- Pfau dan Parrot. (1993). *Persuasive Communication Campaign*. Canada: Pearson Education.
- Potter. (2010). The State of Media Literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675-696.
- Prastiwi. (2021). 1,9 Juta Lulusan SMA/SMK/MA di Indonesia Tidak Kuliah. [Artikel] Diakses dari: <https://www.kompas.com/edu/read/2021/06/29/093000371/1-9-juta-lulusan-sma-smk-ma-di-indonesia-tidak-kuliah>
- Pratiwi dan Pritanova. (2017). Pengaruh Literasi Digital terhadap Psikologis Anak dan Remaja. *Jurnal Semantik*, 6(1), hlm. 11-24.
- Puspita, Ratna. (2018). Survei: Penetrasi Internet Indonesia 54,6 Persen. [Artikel]. Diakses dari: <https://republika.co.id/berita/p4erif428/survei-penetrasi-internet-indonesia-5468-persen>

- Putra dan Candraningrum. (2021). Pengaruh Kampanye *Cup of Courage* Starbucks terhadap Minat Beli Produk Minuman *Pink Voice* di Starbucks Stasiun Jakarta Kota. *Jurnal Prologia*. 5(1), hlm. 81-87.
- Putri, Sri Andika. (2020). Pesan Iklan Sabun LUX Versi Bunga Citra Lestari Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Optima*. 4(1), hlm. 48-53.
- Putri dan Listiani. (2022). The Effect of Dear Me Campaign on Purchase Intention. *Communication Management*, 2(1), 173-177.
- Rakhmat, Jalaludin. (2007). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rice, R. E., dan Atkin, C. K. (2013). *Public Communication Campaigns*. California: SAGE Publication.
- Rogers, E. M., dan Storey, J. D. (1987). *Communication Campaigns: Handbook of Communication Science*. California: SAGE Publication.
- Ruslan. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sabrina. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi Hoax. *Journal of Communication Studies*, 5(2), 31-46.
- Sanford, C. (2006). Influence Processes An Elaboration Acceptance: Likelihood Model. *MIS Quarterly*, 30(4), 805-825.
- Severin, W. J., dan Tankard, J. (2007). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam*. Jakarta: Rajawali Press.
- Shaffira, Nadya. (2021). Kampanye #SAFETRAVELCAMPAIGN dan Sikap Percaya Menggunakan Transportasi Udara Domestik Era New Normal. [Skripsi]. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Simbolon, Marini, dan Nafiah. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Baca Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Cakrawala Pendas*. 8(2).
- Slameto. (2018). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Cirebon: Rineka Cipta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana dan Rachmatin. (2019). Literasi Digital Abad 21 Mahasiswa PGSD: Apa, Mengapa, Bagaimana. *Current Research in Education: Conference Series Journal*, 1(1), 1-7.
- Syah. (2004). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tan, A . (1981). *Mass Communication: Introducing Communication Theory*: New York: McGraw-Hill.
- Tarmidzi dan Astuti. (2020). Pengaruh Kegiatan Literasi Terhadap Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dasar*, 3(1), 40-51.
- Turner, William. (2008). *Introducing Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Venus, Antar. (2019). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- World Health Organization. (2014). WHO Health Statistic 2014. [Online]. Diakses dari: <https://www.who.int/news/item/15-05-2014-world-health-statistics-2014>
- Widiastuti. (2013). Analisis Elaboration Likelihood Model dalam Pembentukan Personal Branding Ridwan Kamil. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 588-603.
- Yudaningsih dan Prabowo. (2022). Pengaruh Kampanye Public Relations New Normal Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Heha Sky View Yogyakarta. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 03(01), hlm. 35-50.
- Zakaria, Dede. (2022). Pengaruh Campaign #GopaydiNetflix di Media Sosial Instagram Netflix Indonesia Terhadap Minat Beli Konsumen pada Layanan Video on Demand (VOD) Netflix. [Skripsi]. Universitas Mercu Buana.