

**Gotong Royong Literasi: Kajian Sosiologi Sastra atas Festival Literasi dan Pasar Buku Keliling Nusantara *Patjarmerah* sebagai Strategi Distribusi Karya Sastra**

Anjani Agusetyaningrum

NIM: 13010116140043

Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Diponegoro

2020

***ABSTRACT***

*Agusetyaningrum, Anjani. 2020. "Literary Mutual Cooperation: Study of Sociological Literature of Patjarmerah as a Little Festival of Literacy and Book Market Around Indonesia as a Strategic Distribution of Literature" Thesis (S1) Indonesian Literature. Departement. Semarang. Diponegoro University's Faculty of Humanities. Thesis Advisor: Dr. Redyanto Noor. M.Hum., and Dra. Laura Andri. M.Hum.*

*Patjarmerah is a festival of Literacy and Book Market Around Indonesia. This thesis uses Robert Escarpit's Sociology of Literature theory. The purpose of this thesis is to describe the shape and concept of Patjarmerah and how Patjarmerah contributed to distribution system in Indonesia. The method in this research is a qualitative method using data collection methods through observation, interviews and literature study. The results of the analysis is Patjarmerah has two main activitie, namely the literacy festival and the book market. Literacy Festival contains classes, talk shows and discussions related to literacy. Patjarmerah plays a major role in the distribution system in Indonesia. This can be seen in sales statistics on the Patjarmerah book market which show that the novel category occupies the second highest position in sales.*

***Keywords:*** *Distribution, Festival, Literacy, Patjarmerah*

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Robert Escarpit dalam bukunya *Pengantar Sosiologi Sastra* menyebutkan bahwa sosiologi sastra meliputi tiga komponen yaitu sistem produksi, distribusi, dan karya sastra. Produksi karya sastra tidak dapat terlepas dari sistem pendistribusiannya. (Escarpit, 2005:84) Tidak ada hubungan langsung antara nilai sebuah buku dengan besarnya jumlah publik, tetapi ada hubungan sangat sempit antara eksistensi sebuah buku dengan eksistensi sebuah publik. Dengan kata lain, eksistensi karya sastra memiliki korelasi erat dengan bagaimana karya sastra tersebut disebarkan. Escarpit meyakini bahwa pengusaha toko buku seperti penerbitan hanya memilih apa yang menurutnya cocok dengan selera pasar (Escarpit, 2005:89).

Pameran buku dan festival literasi hadir sebagai secercah harapan atas minimnya ruang untuk mendistribusikan karya yang terbilang *independent*. Pameran buku biasanya menerima dengan lebih *flexible* karya yang akan

dijualnya. Patjarmerah merupakan festival kecil literasi dan pasar buku keliling Nusantara. Patjarmerah percaya bahwa akses literasi yang merata merupakan keadilan seluruh rakyat. Siapa pun berhak mendapatkan fasilitas dan akses yang mudah untuk mendapatkan buku-buku bagus dengan harga yang terjangkau. Patjarmerah berani memangkas besarnya keuntungan atas buku-buku yang telah dicetak lalu dijual, dengan hanya menghitung biaya produksi sebuah karya tanpa menambahkan keuntungan di dalamnya. Melalui bekerjasama dengan banyaknya penerbitan hal ini lebih mudah untuk dilakukan, para penerbit yang mulanya hanya berpikir komersil atau *money oriented* tidak lagi hanya memikirkan itu, namun juga bersama-sama menginginkan terciptanya akses dan ruang literasi yang merata dengan melibatkan diri ke Patjarmerah.

Patjarmerah selaku festival kecil literasi dan pasar buku keliling Nusantara hadir sebagai solusi akan banyaknya buku bagus yang tidak laku tersimpan di gudang para penerbitan mayor, untuk menyiasati

hal ini maka buku-buku bagus yang masih banyak *stock* dijual dengan harga yang murah. Untuk menarik pengunjung Patjarmerah mengemas acara pasar buku dengan mengadakan kelas-kelas antara lain, Lokakarya Patjar seperti kelas kepenulisan, Obrolan Patjar yaitu diskusi proses kreatif sebuah karya, dan yang lainnya. Acara-acara tersebut dijadikan strategi Patjarmerah agar para pengunjung tertarik untuk datang ke pasar buku. Dengan konsep yang unik dan berbeda Patjarmerah mampu menarik perhatian penulis untuk meneliti lebih jauh bagaimana kontribusi Patjarmerah sebagai strategi distribusi karya sastra di Indonesia yang dikaji dengan sosiologi sastra.

## **B. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian. Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan di atas, maka dapat penulis rumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk dan konsep Patjarmerah sebagai festival

kecil literasi dan pasar buku keliling?

2. Bagaimana peran dan kontribusi Patjarmerah sebagai strategi distribusi karya sastra di Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka penelitian ini bertujuan

1. mendiskripsikan bentuk dan konsep Patjarmerah sebagai festival kecil literasi dan pasar buku keliling yang menjadikannya berbeda dengan festival literasi dan pasar buku lain
2. mendiskripsikan kontribusi Patjarmerah selaku festival literasi dan pasar buku sebagai strategi pendistribusian karya sastra di Indonesia yang dikaji dengan sosiologi sastra.

## **D. Landasan Teori**

Landasan teori digunakan untuk menganalisis dengan tepat permasalahan yang telah diuraikan. Teori merupakan pendapat yang

didasarkan pada penelitian yang didukung oleh data yang valid melalui tahapan eksperimental sehingga mampu menghasilkan fakta, konsepsi, dan definisi yang sistematis. Untuk mengupas permasalahan distribusi karya sastra, teori sosiologi sastra menjadi pintu gerbang pembuka dalam melakukan penelitian.

## **1. Sosiologi Sastra**

Sosiologi sastra, yang memahami fenomena sastra dalam hubungannya dengan aspek sosial, merupakan cara membaca dan memahami sastra yang bersifat interdisipliner (Wiyatmi, 2013:5). Menurut Rene Wellek dan Austin Warren menjelaskan sosiologi sastra dalam tiga klasifikasi.

1. Sosiologi pengarang, yang mempermasalahkan tentang status sosial, ideologi politik, dan hal-hal yang menyangkut pengarang.
2. Sosiologi karya sastra, yang mempermasalahkan tentang apa yang tersirat dalam karya sastra tersebut, apa tujuan yang

hendak disampaikan dalam karya itu, serta apa saja yang mempengaruhi kelahiran karya tersebut.

3. Sosiologi pembaca, yang menjelaskan pengaruh karya terhadap pembaca dan pengaruhnya terhadap masyarakat (1990:111).

Melalui klasifikasi yang dijelaskan Rene Wellek dan Austin Warren, penelitian yang dilakukan penulis masuk ke dalam poin pertama, yaitu sosiologi pengarang. Penulis meneliti bagaimana sistem distribusi karya sastra yang telah dicetak dapat tersebarluas dengan baik melalui peran dan kontribusi Patjarmerah selaku festival kecil literasi dan pasar buku keliling Nusantara.

## **2. Distribusi Sastra**

Robert Escarpit dalam bukunya Pengantar Sosiologi Sastra secara khusus memfokuskan kajian sosiologi sastra pada produksi, distribusi, dan konsumsi. Pada abad ke-20, banyak penerbit yang mundur dan menyerahkan tugas mereka kepada perusahaan-perusahaan besar. Hal tersebut mengakibatkan

peningkatan promosi besar-besaran pada penerbitan buku oleh perusahaan-perusahaan besar yang akan memberikan dampak pada perkembangan dan fungsi penerbitan di masa yang akan datang.

Pada tahapan ini, penerbit menghadapi permasalahan yang sulit, yaitu menjumpai dan menyentuh publik yang diperkirakan dalam kenyataan, publik yang sejak awal dibayangkan dan dikembangkan. Untuk itu ia menggunakan sejumlah teknik promosi (Escarpit, 2005:79). Kiat promosi dapat dilakukan melalui event launching, peluncuran buku, bedah buku, “jumpa pengarang”, dan lain-lain.

### **3. Pameran**

Menurut Collin & Ivanovic (2004:51), pameran adalah suatu kegiatan untuk menampilkan produk sehingga pembeli dapat melihatnya dan memutuskan untuk membelinya. Menurut Siskind (2005:23), pameran adalah pemasaran tatap muka di tempat seperti pameran dagang, pameran konsumen, kegiatan istimewa, *road shows*, pameran

pribadi, kegiatan ramah tamah, peluncuran produk, seminar dan konferensi profesional. Dapat disimpulkan, pameran adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka menunjukkan hasil suatu karya atau produk.

Pameran saat ini lebih bervariasi dan canggih dibanding dengan sebelumnya. Pemasaran untuk tipe event yang unik membutuhkan taktik yang inovatif dan unik juga. Dengan kata lain, kesuksesan sebuah event tidak bergantung pada jenis event, atraksi bintang tamu, atau alasan dari event itu sendiri, tetapi bagaimana seorang pemasar dapat mengambil keuntungan dari beberapa event. Keuntungan tersebut dapat diperoleh dengan memperhatikan faktor event. Faktor-faktor tersebut meliputi lokasi, kompetisi, cuaca, biaya dan hiburan. (Leonard H. Hoyle, 2002: p152-155)

### **4. Festival**

Menurut Any Noor (2013:8), event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau

kelompok yang terkait secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Getz mengemukakan bahwa festival itu merupakan perayaan atau ritual yang bersifat umum tidak berhubungan dengan ritual keagamaan. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan festival adalah suatu peristiwa yang berisikan rangkaian acara yang tersusun secara sistematis untuk memperingati atau merayakan sesuatu.

Menurut Any Noor (2009:13) event memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan event harus memiliki ciri tersendiri. Dalam hal ini festival merupakan bagian dari event itu sendiri. Karakteristik yang mendasari dari sebuah festival antara lain keunikan, perishability, intangibility, suasana dan pelayanan, interaksi personal.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data primer dilaksanakan dengan cara

sebagai berikut yaitu, observasi dengan menjadi volunteer di acara Patjarmerah Semarang, lalu wawancara para inisiator Patjarmerah. Wawancara dilakukan untuk mengetahui sejarah Patjarmerah, kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan, visi dan misi, serta kontribusi Patjarmerah sebagai strategi distribusi karya sastra.

Data sekunder didapatkan dari instansi atau pun media terkait yang mengeluarkan dokumen. Pada penelitian ini, data sekunder dilakukan untuk mendapatkan sumber data mengenai Patjarmerah.

### **2. Pengolahan Data**

Pada tahap ini penulis terlebih dahulu menulis dengan rapi, terinci dan sistematis dari setiap data yang telah terkumpul. Lalu kemudian penulis mengolah data dari hasil observasi lapangan sebagai volunteer Patjarmerah Semarang dan dari hasil wawancara. Dalam hal ini diperlukan reduksi data, yaitu memilih hal-hal pokok yang

sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya data-data yang telah direduksi mampu memberikan gambaran yang lebih tajam terhadap hasil penelitian. Penulis akan menyeleksi data dari hasil wawancara sehingga meminimalisir data yang keliru, tidak lengkap, atau menyimpang.

### **3. Penyajian Data**

Pada tahap ini hasil olahan data dari tahap sebelumnya akan disajikan dengan rinci secara deskriptif. Hal ini dilakukan untuk dapat menjawab permasalahan yang telah dirumuskan yaitu mengungkap dan menjelaskan bentuk dan konsep Patjarmerah sebagai festival kecil literasi dan pasar buku keliling dan menjelaskan kontribusi Patjarmerah sebagai strategi distribusi karya sastra yang dikaji dengan kajian sosiologi sastra.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Bentuk dan Konsep Patjarmerah**

#### **a. Karakteristik Festival Literasi Patjarmerah**

Dalam menganalisis sebuah event atau festival, menurut Any Noor (2009:13) event memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan event harus memiliki ciri tersendiri. Berikut adalah yang menjadi karakteristik festival literasi Patjarmerah.

#### **1) Keunikan**

Pada Festival literasi Patjarmerah, keunikan terletak pada konsep Patjarmerah yang memilih untuk selalu berkeliling tanpa harus menetap di satu tempat. Konsep berkeliling ini yang membedakan Patjarmerah dengan festival literasi yang lain. Lalu keunikan juga terletak pada kelas-kelas yang diberikan dari berbagai macam lintas bidang

#### **2) Perishability**

Patjarmerah dalam menyelenggarakan festival literasi tidak hanya pada sekali waktu atau satu tempat saja. Setiap tempat memiliki karakternya masing-masing. Terhitung hingga saat ini, Patjarmerah telah berkeliling ke tiga kota yaitu Jogja, Malang, dan Semarang.

#### **3) Intangibility**

Setelah menghadiri festival, yang tertinggal dibenak para pengunjung adalah pengalaman yang telah didapatkan dari penyelenggaraan festival. Di Patjarmerah hal ini dapat

dilihat dari respon para pengunjung dengan membuat review di blog maupun membuat video di Youtube.

#### **4) Suasana dan Pelayanan**

Patjarmerah mampu membuat festival literasi sekaligus pasar buku dalam satu tempat, lalu mampu membuat diskusi diskusi yang khas dengan menciptakan suasana yang hangat dan intim selama acara berlangsung. Melayani pengunjung dengan baik menjadi hal mutlak yang ditekankan oleh Patjarmerah, hal ini terbukti dengan membuka kesempatan bagi sukarelawan atau volunteer untuk membantu para pengunjung saat berada di lokasi Patjarmerah.

#### **5) Interaksi Personal**

Interaksi personal dari pengunjung merupakan bagian dari suksesnya penyelenggaraan event atau festival. Melibatkan para pengunjung dalam sesi-sesi diskusi di festival literasi adalah hal yang selalu dilakukan oleh Patjarmerah. Pengunjung diberi peluang untuk memberikan argumentasi maupun pandangan berupa pertanyaan kepada pembicara, bahkan pengunjung juga tidak jarang diminta untuk menerapkan dan mempraktikan langsung

materi dari sesi kelas yang diberikan.

### **b. Aktivitas dan Konten**

Festival literasi Patjarmerah memiliki beberapa aktivitas yang rutin dilakukan saat berkunjung ke kota-kota. Mulai dari membuka kelas-kelas kepenulisan, berbincang dan berdiskusi mengenai berbagai macam isu di lintas bidang, berdiskusi film, dan kegiatan lainnya. Aktivitas tersebut dalam Patjarmerah dikemas dengan sebutan Lokakarya Patjar, Obrolan Patjar, Layar Patjar, dan Panggung Patjar.

#### **1) Lokakarya Patjar**

Lokakarya patjar merupakan kelas yang dapat diikuti oleh pengunjung dengan menghadirkan narasumber atau kreator. Konten pada sesi ini biasanya merupakan kelas-kelas yang mengajak pengunjung untuk lebih aktif dan langsung mempraktikan mengenai materi yang telah disampaikan.

#### **2) Obrolan Patjar**

Obrolan Patjar ialah konten yang berisikan bincang-bincang (talkshow) dengan membagi pengalaman para pembicara kepada pengunjung dengan dipandu oleh moderator diskusi mengenai berbagai hal mampu dihidupkan dengan khidmat.

### 3) **Layar Patjar**

Diskusi mengenai film dilakukan pada sesi Layar Patjar, biasanya pada sesi ini pengunjung datang untuk menonton film bersama, lalu dilanjutkan dengan diskusi yang dipimpin oleh sutradara film tersebut.

### 4) **Panggung Patjar**

Konten dalam sesi Panggung Patjar digunakan untuk memberi kesempatan pada pengunjung dalam mengekspresikan diri, biasanya diadakan pembacaan puisi, musikalisasi puisi, bernyanyi, dan lainnya.

## c. **Faktor Keberhasilan Pasar Buku**

Ada beberapa faktor pendukung yang menjadikan sebuah pameran sukses digelar, dalam hal ini ialah pasar buku Patjarmerah. Faktor-faktor tersebut meliputi lokasi, kompetisi, cuaca, biaya dan hiburan. (Leonard H. Hoyle, 2002: p152-155).

### 1) **Lokasi**

Penentuan lokasi menjadi hal yang penting agar tujuan utama Patjarmerah yaitu pemerataan akses dapat berjalan dengan baik. Tidak ada kriteria khusus dalam memilih lokasi untuk penyelenggaraan Pasar buku di Patjarmerah, hanya saja tetap tidak mengabaikan hal-hal mendasar seperti biaya tempat yang murah,

kemudahan akses menuju lokasi, dan unik.

### 2) **Kompetisi**

Patjarmerah menganggap bahwa tidak ada yang namanya berkompetisi dalam literasi. Melakukan pekerjaan literasi berarti memahami betul niat awal pembentukan Patjarmerah, yaitu agar akses terhadap literasi dapat merata. Membuka kesempatan untuk berkolaborasi dengan banyak pihak adalah hal yang sepatutnya dilakukan.

### 3) **Cuaca**

Cuaca memiliki efek yang signifikan terhadap hasil sebuah acara. Pada pasar buku di Patjarmerah, penempatan pasar buku selalu berada di dalam ruangan (indoor). Hal ini dilakukan untuk menghindari kerusakan pada buku yang dipasarkan apabila terkena air hujan.

### 4) **Biaya**

Di Patjarmerah, pengunjung tidak perlu mengeluarkan biaya untuk dapat masuk ke area pasar buku. Saat memasuki pasar buku, pengunjung bebas berkeliling mencari buku yang hendak dibelinya

### 5) **Hiburan**

Di Patjarmerah hiburan terletak pada berbagai rangkaian acara di festival

literasi, karena pasar buku dan festival literasi merupakan satu kesatuan bagi Patjarmerah. Selain berkeliling mencari buku-buku yang diincar, para pengunjung juga dapat menghadiri kelas-kelas maupun obrolan di festival literasi. Letak tempat festival literasi dengan pasar buku biasanya diselenggarakan di satu tempat yang sama.

## **2. Peran dan Kontribusi Patjarmerah sebagai Strategi Distribusi Karya Sastra di Indonesia**

Menurut Irwan Bajang selaku inisiator Patjarmerah mengatakan sistem distribusi di Indonesia yang belum maksimal. Hal itu terbukti dari hadirnya kesenjangan akses literasi yang tidak merata. Patjarmerah dalam hal ini mengambil peranan besar dalam sistem distribusi di Indonesia. Strategi yang diambil Patjarmerah dalam sistem distribusi di Indonesia yaitu dengan terjun dan hadir langsung untuk mendistribusikan karya lewat berkeliling ke berbagai kota di Indonesia. Kontribusi nyata Patjarmerah dalam sistem distribusi juga terlihat pada data statistik penjualan di pasar buku Patjarmerah.

Data tersebut menunjukkan bahwa kategori novel menempati posisi tertinggi kedua dengan hasil presentase 20%. Hadirnya Patjarmerah menjadikan pendistribusian karya sastra menjadi lebih luas.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa Patjarmerah ialah festival kecil literasi dan pasar buku keliling Nusantara yang didirikan pada tanggal 1 Desember 2018 oleh Windy Ariestanty dan Irwan Bajang, dengan semangat pemerataan akses terhadap literasi, Patjarmerah tanpa henti berkeliling Nusantara. Bentuk dari Patjarmerah ialah festival literasi dan pasar buku keliling Nusantara dengan konsep menghadirkan empat konten yaitu, Lokakarya Patjar, Obrolan Patjar, Layar Patjar, dan Panggung Patjar. Patjarmerah juga memiliki konsep konten lokal, yaitu dengan menghadirkan pembicara lokal maupun tema lokal sebagai respon dari kota setempat.

Strategi yang diambil Patjarmerah dalam sistem distribusi di Indonesia yaitu dengan terjun dan hadir langsung untuk mendistribusikan karya lewat berkeliling ke

berbagai kota di Indonesia. Kontribusi nyata Patjarmerah dalam sistem distribusi juga terlihat pada data statistik penjualan di pasar buku Patjarmerah. Data tersebut menunjukkan bahwa kategori novel menempati posisi tertinggi kedua dengan hasil presentase 20%. Hadirnya Patjarmerah menjadikan pendistribusian karya sastra menjadi lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Sumber Tertulis

Aditya, Stefanus. 2014. *Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Buku Gramedia (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Buku Gramedia Surakarta dalam Meningkatkan Penjualan)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Negeri Surakarta.

Any, Noor. 2009. *Management Event*. Bandung. Alfabeta.

Collin, P.H dan Ivanovic A. 2004. *Dictionary of Marketing*. Third edition. Bloomsbury Publishing Plc, United States of America

Damono, Sapardi Djoko. 1984. *Sosiologi Sastra Sebuah Pengantar Singkat*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Dinihari, Bintang Aksama. 2019. *Produksi, Distribusi, dan Konsumsi Cerita Panas Pada Subforum di Situs Semprot.com:*

*Kajian Sosiologi Sastra*. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro. Semarang

Escarpit, Robert. 2005. *Sosiologi Sastra* (diindonesiakan Ida Sundari Hussein). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Faruk. 1994. *Pengantar Sosiologi Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Getz, D. 1997. *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communications Corporation.

Latifah, Annas Chairunnisa. 2017. *Indie Book Corner Sebagai Media Self-Publishing Kajian Sosiologi Sastra*. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro. Semarang.

Liliani, Else. 2011. *Sistem Produksi dan Distribusi Novel Anak Islami di Indonesia Tahun 2000-an*. Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta.

NH, Miftahul. 2017. *Dinamika Jakarta Nyastra dalam Produksi, Distribusi, Konsumsi Sastra Pada Media Sosial LINE: Kajian Sosiologi Sastra*. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro. Semarang.

Noor, Redyanto. 2015. *Pengantar Pengkajian Sastra*. Semarang: Fasindo.

Noor, Redyanto. 2019. *Sistem Mekanisme Novel Chicklit dan Teenlit Indonesia*. Jurnal Nusa Vol.14 No.1

Ratna, Nyoman Kutha. 2003. *Paradigma Sosiologi Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sabakti, Sri. 2012. *Peranan Penerbit dalam Pengembang Sastra di Riau*. Jurnal Madah Vol.3 No.1. Riau

Thohir, Mujahirin (Ed). 2011. *Refleksi Pengalaman Penelitian Lapangan: Ranah Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*. Semarang: Fasindo.

Wellek, Rene dan Austin Warren.1989.*Teori Kesusastraan (Terjemahan Melani Budianta)*. Jakarta: PT. Gramedia.

## **B. Sumber Online**

Blog Kumparan. 2019. “Ketika Festival Buku Patjar Merah Berjuang Melawan

Mitos,” <https://kumparan.com/>. Diakses pada 26 Januari 2020.

Blog Terakota. 2019. “Patjar Merah: Literasi untuk Negeri,” <https://www.terakota.id/>. Diakses pada 26 Januari 2020.

Republika Online. 2018. “Akses Terbatas Sebabkan Budaya Baca Masyarakat Rendah,” <https://www.republika.co.id/>. Diakses pada 26 Januari 2020.

Youtube UBTV Brawijaya. 2019. “Patjar Merah: Festival Kecil Literasi dan Pasar Buku Keliling Nusantara - Tamu Kita,” <https://www.youtube.com/>. Diakses pada 28 Januari 2020