

MOTIF PENGGUNAAN MEDIA STREAMING JOOX (STUDI KASUS PADA MAHASISWA KOTA BANDUNG PENGGUNA JOOX

Media Streaming JOOX Usage Motives (A Case Studies of JOOX's College Student users in Bandung))

Alif Kurniansyah^{1, 2} Ruth Mei Ulina Malau, S.I.Kom., M.I.Kom.

¹Mahasiswa, Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

²Dosen, Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹mancuwww@telkomuniversity.ac.id, ²ruthmeimalau@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Media baru dan teknologi yang tidak berhenti berkembang terus hadir dengan beragam bentuk serta fiturnya, terutama pada ranah hiburan, media baru yang bermunculan seperti media streaming baik dalam konten berupa video atau audio menjadi sebuah media yang digunakan secara rutin oleh masyarakat dalam berbagai kegiatan sehari-hari. Salah satu media baru yang menjadi media utama yang digunakan oleh masyarakat adalah media baru streaming musik, diantaranya adalah JOOX. Dalam penggunaannya pun setiap pengguna memiliki alasan serta motif yang beragam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif apa saja yang dimiliki oleh pengguna ketika menggunakan media streaming JOOX..

Metode dalam penelitian ini menggunakan studi kasus deskriptif yang dikaji secara kualitatif dengan mewawancarai dua belas narasumber yang dipilih secara acak yang sudah melalui tahap riset, yang kemudian akan dilakukan wawancara terstruktur secara mendalam mengenai berbagai alasan, penyebab, dan motif apa saja yang dimiliki dalam menggunakan JOOX.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, motif yang muncul dalam penggunaan media streaming JOOX adalah Motif Hiburan, Motif Informasi dan Motif Integrasi dan Interaksi sosial, dimana Motif Hiburan sangat sesuai dengan peran JOOX yang hadir untuk memenuhi kebutuhan hiburan, Motif Informasi muncul dikarenakan fitur tambahan yang diberikan oleh JOOX tidak hanya berupa konten musik, melainkan adanya fitur seperti berita atau *updates*, kemudian Motif Integrasi dan Interaksi sosial juga muncul terutama pada pengguna yang memiliki peran sebagai pelaku industri kreatif, untuk mengetahui selera dari individu lainnya.

Kata kunci: Motif, Media Baru, JOOX

ABSTRACT

New media and technology keeps on evolving each day, and always comes up with their own uniqueness on its form and features, especially in the entertainment industry, various new media like streaming services has become the most used new media by the people to accompany their daily activities. One of the new media that has been the "main" media used by the mass is music streaming services, like JOOX. Every person has it's own reason behind using the new media like JOOX, and they're always have their own motives.

The method that being used in this study is descriptive case study, which was assessed qualitatively by interviewing four interviewees that been chosen through the pre-research step, then the interviewees will be structurely interviewed in depth on what reasons or motives they had when using JOOX.

Based on the results of this research data, the motives that shown up in using new media like JOOX is Entertainment Motive and Information Motive, one of the motives that shows up is relatively reasonable because JOOX's main goal is to fullfill the mass' Entertainment needs. Information motives also shows up because of JOOX's additional features that gives the users some other experiences and giving them other features like news or updates, Social Interaction and Integration Motive is also shows

up, especially from those informant that also have a role of music industry workers, this motive is being used to know other's personal preference and taste in the music industry.

Keywords: Motives, New Media, JOOX

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan terus berkembangnya teknologi, terutama dalam sektor media, media baru terus bermunculan dengan beragam bentuk serta fiturnya, khususnya pada dunia hiburan, dimana bentuk media sudah beralih menjadi digital, yang pada awalnya untuk melihat sebuah tayangan seperti film, ataupun mendengarkan lagu hanya bisa diakses ketika melalui media televisi, kini semua bentuk tayangan atau konten hiburan dapat diakses melalui perangkat digital seperti smartphone. Media baru yang spesifik dengan perannya ini salah satunya adalah media streaming, dimana media tersebut menyajikan konten berupa musik ataupun video yang sangat beragam, namun pada penelitian ini difokuskan hanya pada media streaming musik, salah satunya JOOX. JOOX merupakan salah satu media streaming musik yang hadir untuk memenuhi kebutuhan hiburan penggunanya, namun yang membuat JOOX berbeda adalah fitur yang diberikan, karena pada umumnya sebuah media streaming musik hanya memberikan konten berupa musik saja sedangkan JOOX memberikan lebih dari itu, seperti fitur karaoke, live streaming program tayangan dari JOOX, fitur berita, dan lainnya.

Hal ini menjadikan JOOX sebagai media baru streaming yang memiliki keunikan, dan dalam penggunaannya pun pasti didasari oleh alasan atau motif tertentu, dimana dalam penggunaan sebuah media terdapat empat motif yang dijelaskan oleh McQuail, yaitu Motif Informasi, Motif Hiburan, Motif Identitas Diri, dan Motif Integrasi dan Interaksi sosial. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu apa saja motif yang dimiliki oleh pengguna dalam menggunakan media baru JOOX.

2. DASAR TEORI

2.1 New Media

Media baru (New Media) merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Saat ini media baru sudah menjangkau hampir seluruh masyarakat dunia, media baru tersebut dapat dikatakan turut ikut serta dalam perubahan struktur sosial masyarakat juga pada sistem komunikasi massa. Aspek mendasar dari perkembangan media baru adalah sebagai berikut:

- a. **Digitalisasi**, yaitu pesan yang dikonstruksi dalam bentuk teks, kemudian diubah menjadi serangkaian kode-kode digital dan dapat diproduksi serta dikirimkan kepada penerima.
- b. **Konvergensi**, yaitu penyatuan semua bentuk dan fungsi media yang selama ini berdiri sendiri-sendiri baik dalam proses organisasinya (McQuail, 2005)

Media baru terpecah menjadi bermacam-macam fitur yang terjadi dari konvergensi, yaitu :

- a. **Media Online**, segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet, sedangkan secara khusus yang dimaksud dengan media online adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara online.
- b. **Media Sosial**, yaitu sebuah media yang digunakan untuk berinteraksi antar satu pengguna dengan pengguna lainnya, fungsi utama dari media sosial ini adalah untuk menghubungkan relasi yang dimiliki melalui internet, saling berbagi

2.2 JOOX

JOOX adalah sebuah layanan streaming musik berbasis aplikasi yang dikembangkan oleh Tencent Holdings Ltd asal Shenzhen, Tiongkok, yang juga merupakan perusahaan dibalik aplikasi chatting yang dikenal masyarakat, WeChat. JOOX pertama kali diluncurkan pada 20 Oktober 2015 di

Indonesia, tepatnya di Exodus Club, Kuningan City, hal ini menjadi salah satu faktor utama mengapa JOOX memiliki pengguna terbanyak di Indonesia melebihi pesaingnya.

JOOX merupakan sebuah nama sebutan yang disingkat dari kata "jukebox", yaitu sebuah perangkat pemutar musik tradisional yang masih menggunakan sistem analog serta menggunakan mata uang koin untuk menggunakannya. Layanan streaming JOOX tersedia pada hampir seluruh perangkat teknologi, tersedia bagi pengguna smartphone Android serta iOS (Apple), hingga pengguna komputer atau laptop, JOOX juga dapat diakses tanpa harus mengunduh aplikasinya dengan mengakses situs resmi JOOX, namun fitur-fitur yang disediakan terbatas, tidak seperti yang ditawarkan pada aplikasinya.

2.3 Streaming

Streaming adalah proses pengiriman data berbentuk pesan teks, suara, ataupun gambar statik/bergerak melalui sebuah media online dari komunikator (source) menuju komunikan (client) pada waktu yang sebenarnya (real time). Proses ini berjalan secara terus menerus dan tidak memerlukan penyimpanan lokal pada mediana seperti smartphone ataupun komputer. (Austerberry, 2005). Kurang lebih 10 tahun setelah pengembangan streaming dimulai, streaming menjadi salah satu topik utama dari media komunikasi. Dengan semakin majunya teknologi dapat memudahkan pemilik jasa multimedia untuk mencari cara mengirimkan media data yang berupa file audio dan video melalui jaringan berbasis Internet Protokol. Komunikasi menggunakan audio dan video lebih interaktif dibandingkan dengan komunikasi lewat huruf dan gambar yang sering digunakan pada awal perkembangan internet. Media data yang berbasis streaming sangat potensial untuk bisa menggantikan media hiburan konvensional seperti CD (kaset piringan) atau video tape.

2.4 Musik

Musik adalah sebuah bunyi atau suara yang dihasilkan oleh berbagai macam alat musik, membentuk sebuah kesatuan yang disebut sebagai komposisi, dan memiliki nada-nada yang disebut harmoni, alat-alat yang digunakan dalam komposisi musik tidak selamanya harus menggunakan alat musik, dengan menggunakan berbagai macam perkakas hingga peralatan sehari-hari pun bisa selama alat tersebut menghasilkan suara dan penggunaannya memanfaatkan dengan benar. Musik yang berasal dari kata muse yaitu salah satu dewa dalam mitologi Yunani kuno bagi cabang seni dan ilmu; dewa seni dan ilmu pengetahuan. Selain itu, beliau juga berpendapat bahwa musik merupakan cabang seni yang membahas dan menetapkan berbagai suara ke dalam pola-pola yang dapat dimengerti dan dipahami oleh manusia. (Banoe, 2003)

2.5 Teori Motif Penggunaan Media

Segala hal yang dilakukan oleh individu pada dasarnya memiliki sebuah motif, motif dapat diartikan sebagai sebuah pemicu, alasan atau dorongan awal yang ada pada setiap individu yang pada menyebabkan individu tersebut melakukan sesuatu (Ardiyanto & Erdinaya, 2004)

Motivasi adalah sebab awal atau alasan yang mendasari perbuatan yang dilakukan oleh tiap individu, motivasi tersebut muncul secara alami untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tertentu yang dimiliki oleh tiap individu tersebut. Jika definisi motif tersebut dikaitkan dengan penggunaan media pada penelitian ini, maka diartikan sebagai alasan awal atau dorongan awal yang dimiliki oleh setiap individu dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan masing-masing, dengan adanya motif dalam penggunaan media, individu tersebut dapat melakukan seleksi media berdasarkan pemenuhan kebutuhannya.

McQuail (1991: 72) menjelaskan pembagian motif penggunaan media yang dimiliki oleh individu kedalam 4(empat) kelompok, yaitu :

- a. Motif Informasi
- b. Motif Identitas Pribadi
- c. Motif Hiburan

- d. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif. Penelitian dengan metode deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi, penelitian deskriptif bertitik berat pada observasi dan suasana alamiah, peneliti bertindak sebagai pengamat dan hanya membuat daftar kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku obeservasinya yang kemudian akan dijabarkan pada penelitiannya.

Studi kasus memfokuskan penelitian pada satu objek yang dapat berbentuk individu atau kelompok masyarakat, menurut Arikunto (2013), "Metode penelitian adalah salah satu cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian". Studi kasus pada penelitian ini adalah, layanan streaming dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia adalah JOOX, melihat kebelakang, layanan streaming yang paling pertama rilis serta yang mendapatkan antusias besar dari masyarakat Indonesia adalah Spotify (dirilis pada 2008), tentu saja ada motif atau kebutuhan tertentu yang bisa didapat oleh pengguna ketika menggunakan JOOX.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan salah satu komponen utama dalam sebuah penelitian, Subjek penelitian adalah seseorang yang diamati serta dijadikan target atau sasaran pada sebuah penelitian (Moeliono, 1993). Ppeneliti memilih subjek penelitian secara acak serta dengan ketersediaan dari pihak narasumber, kriteria utama yang dipilih oleh peneliti adalah mahasiswa aktif pada beberapa universitas di kota Bandung, Jakarta dan Malang yang berumur 20-22 tahun serta aktif dalam menggunakan layanan musik streaming JOOX

Adapun batasan dalam memilih narasumber, dimana narasumber yang dipilih oleh peneliti merupakan pengguna layanan streaming yang lebih dominan dalam menggunakan JOOX daripada layanan streaming lainnya, dan sudah pernah menggunakan seluruh fitur yang disediakan oleh JOOX. Dalam memilih informan, peneliti menanyakan ketersediaan tiap-tiap responden untuk dijadikan sebagai narasumber dengan cara menghubungi responden melalui E-Mail yang kemudian akan dipilih 12 orang yang bersedia, kemudian peneliti menghubungi narasumber secara personal melalui WhatsApp untuk menyampaikan lebih detail mengenai penelitian ini agar narasumber memahami apa saja yang harus disampaikan yang kemudian akan dijadikan informasi untuk penelitian ini.

Keempat narasumber tersebut adalah :

No.	Nama	Asal Universitas	Status Pengguna	Usia
1.	Dwika Fahriandi	STP Bandung	Pengguna aktif lebih dari 1 tahun	22 Tahun
2.	Difa Irawan	Telkom University	Pengguna aktif lebih dari 1 tahun	22 Tahun
3.	Reyna Visca Zerkhan	Telkom University	Pengguna aktif kurang dari 1 tahun	21 Tahun
4.	Oktha Prabu	Universitas Padjajaran	Pengguna aktif kurang dari 1 tahun	22 Tahun

5.	Rifqi Alfatih	SAE Institute Jakarta	Pengguna aktif lebih dari 1 tahun dan pelaku industri musik	23 Tahun
6.	M. Armansyah	UIN Jakarta	Pengguna aktif lebih dari 1 tahun dan pelaku industri musik	23 Tahun
7.	Lingga Lazuardi	Binus University	Pengguna aktif kurang dari 1 tahun dan pelaku industri musik	22 Tahun
8.	Jordy Valdo J.	Binus University	Pengguna aktif kurang dari 1 tahun	21 Tahun
9.	Defa Muhamad	SAE Institute Jakarta	Pengguna aktif lebih dari 1 tahun dan pelaku industri musik	23 Tahun
10.	Rizka Nur Syahfitri	Universitas Bakrie	Pengguna aktif lebih dari 1 tahun	21 Tahun
11.	Raka Bagastya	Indonesian Banking School	Pengguna aktif lebih dari 1 tahun	23 Tahun
12.	Eureka Bastian	SAE Institute Jakarta	Pengguna aktif kurang dari 1 tahun dan pelaku industri musik	22 Tahun

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam sebuah penelitian merupakan salah satu tahap yang sangat penting dikarenakan dengan mencapai sebuah tujuan dalam penelitian, pengumpulan data harus dilakukan, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini pun bermacam-macam, diantaranya :

- a. **Observasi**, sebagaimana dijelaskan oleh Marshall dalam (dalam Sugiyono 2014 : 64) adalah tahap yang memungkinkan peneliti untuk mempelajari tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut, observasi dibagi menjadi 3 macam, yaitu observasi berpartisipasi (*participant observation*), observasi secara terang-terangan dan tersamar (*overt observation*), dan observasi yang tak berstruktur (*unstructured observation*). Pada penelitian ini, cara observasi yang digunakan adalah observasi yang terstruktur dan tersamar dimana peneliti menjelaskan secara detail dan terbuka kepada informan terkait penelitian yang sedang dilakukan.
- b. **Wawancara**, merupakan sebuah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui proses tanya jawab, sehingga kemudian dapat dikonstruksikan sebuah makna dari topik tertentu (Esterberg, 2014).

Peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dalam penelitian ini, dikarenakan untuk menghindari jawaban yang keluar dari permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari tangan kedua atau pihak lain, data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari literatur buku dan penelitian terdahulu

yang serupa seperti efektivitas dan kebutuhan informasi, sehingga data ini dikumpulkan dan digunakan untuk mendukung kebenaran data primer.

3.2 Uji Validitas dan Realibilitas

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data dari penelitian yang dilakukan. Teknik triangulasi data yang digunakan untuk menguji keterpercayaan penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2013: 330), Teknik triangulasi sumber adalah untuk mendapatkan data dari narasumber yang berbeda dengan menggunakan cara yang sama.

3.3 Teknik Analisis Data

3.3.1 Analisis Deskriptif

Setelah peneliti mendapatkan data dari informan melalui wawancara, peneliti kemudian melakukan analisa data agar data yang didapat bisa dipahami dan bisa ditarik kesimpulan akhir, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model *Analysis Interactive* yang dikemukakan oleh Miles Huberman (2007), terdapat 4 langkah dalam analisa data diantaranya:

1. **Pengumpulan Data**, setelah data didapat dari informan, peneliti menyusun data tersebut menjadi 1 daftar agar mempermudah proses analisis data.
2. **Reduksi Data**, reduksi data merupakan tahap dimana peneliti melakukan pemilahan data yang dianggap penting dan relevan dengan penelitian dan membuang data yang tidak perlu atau tidak berkaitan dengan penelitian sehingga mempermudah proses analisis yang kemudian akan ditarik kesimpulan akhir.
3. **Penyajian Data**, setelah data direduksi, peneliti kemudian menyajikan data kedalam 1 daftar dan memahami data yang telah didapat, pada tahap ini memungkinkan peneliti menemukan kesimpulan dari apa yang dialami oleh informan secara langsung.
4. **Penarikan Kesimpulan**, setelah peneliti memahami data yang didapat, peneliti kemudian membuat kesimpulan akhir dari hasil analisis data yang didapat selama penelitian dilakukan. Kesimpulan akhir juga dilakukan dengan verifikasi secara bersamaan untuk menghindari adanya kesalahan penyimpulan data.

4. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, motif yang muncul pada penggunaan media streaming JOOX adalah Motif Informasi, Motif Hiburan dan Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, dimana motif tersebut sangat sesuai dengan peran JOOX hadir di kalangan umum, yakni untuk menyediakan sarana hiburan

4.1 SARAN

4.1.1 Saran Teoritis

Penelitian ini hanya meneliti mengenai motif penggunaan media pada media streaming JOOX saja, dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk memperluas dan mengembangkan jenis penelitian komunikasi khususnya pada penelitian *new media* dan *media studies* dengan metode studi kasus bagi mahasiswa komunikasi.

4.1.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian diatas penelitian ini dapat dijadikan acuan bahwa dalam menggunakan media streaming, dapat memiliki motif apa saja, tidak terbatas pada satu motif, sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing individu.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Banoe. (2003). *Kamus Musik*. Yogyakarta: Kanisius.
- Austerberry, D. (2005). *Technology of Video and Audio Streaming*. United States: Focal Press of Elsevier Science.
- Azam, M. (2018, Agustus 21). *Apa itu Joox*. Retrieved from NESABAMEDIA: <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-jox/>
- Dr. Wiryanto, M. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Bucknall, J. (2012, Agustus). *The History of Streaming Media*. Retrieved from Make It (PC Plus): <http://boyetblog.s3.amazonaws.com/PCPlus/324.Streaming.pdf>
- Sugiyono, D. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory*. Thousand Oaks, California, London: Sage Publications.
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor.
- Kotler, P. (2006). In P. Kotler, *Marketing Management 12e* (p. 177). New Jersey, Amerika Serikat: Pearson Prentice Hall.
- (2003). In B. d. Zeithaml, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (p. 162). New York: McGraw Hill.
- Zheitaml, B. d. (2003). In B. d. Zheitaml, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (p. 162). New York: McGraw Hill.
- Bajari, D. A. (2015). Jenis-Jenis Penelitian. In *Metode Penelitian Komunikasi* (p. 45). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardiyanto, E., & Erdinaya, L. K. (2004). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- McQuail, D. (1991). *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi : Konsepsi, Pedoman, dan Contoh*. Bandung: Widya Pajajaran.
- Moeliono, M. (1993). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. California: SAGE Publications.
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

WEBSITE :

openlibrary.telkomuniversity.ac.id, diakses tanggal 10 Januari 2019, pukul 10:37 WIB

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3359017/kuasai-indonesia-pengguna-joox-dominan-anak-muda>, diakses pada 15 Januari 2019, pukul 16.20 WIB

<https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-streaming-musik-2018>, diakses pada 15 Januari 2019, pukul 19:22 WIB

SKRIPSI :

Rahadyan, Fuad Noor. 2018. *Motif, Keterlibatan, dan Penggunaan Spotify (Studi Fenomenologi Pengguna Aktif Media Streaming)*. Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada

Dwilestari, Ghifthera. 2017. *Motif Penggunaan Aplikasi Media Sosial Bigo Live di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom*. Bandung, Universitas Telkom.

Setiabudi, Hartanto. 2018. *Motif Subscriber menonton Channel Youtube (Studi Deskriptif Kualitatif Motif Subscriber menonton Channel Youtube Presiden Joko Widodo)*. Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Citra Siwi, Berlin. 2014. *Motif Mahasiswa Mendengarkan Radio Streaming (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2009 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang)*. Malang, Universitas Muhammadiyah Malang.

Sri Febriani, Anisa. 2017. *Fenomena Penggunaan Aplikasi Media Sosial BIGO Live (Live Streaming) Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas*. Bandung, Universitas Pasundan.

Putri, Sri Wulan Rahayu. 2016. *Fenomena Pengguna Musik Online Joox di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas*. Bandung, Universitas Pasundan.

JURNAL NASIONAL :

Badri, Lavie Triyani R. 2013. Hubungan Penggunaan Akun Instansantara Di Instagram Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi. <http://pustaka.unpad.ac.id/archives/128384> (diakses tanggal 2 Februari 2019, pukul 12.45 WIB)

Dewi, Isni Puspita. 2012. *Pemanfaatan "Twitter TMC POLDA Metro" dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya*. <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1251> (diakses 7 Februari 2019, pukul 08. 53 WIB)

Fadillah, Arif. 2013. Efektivitas Website SMAN 5 Samarinda Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Siswa. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=728> (diakses tanggal 22 Juli 2019, pukul 15.55)

Fitrianur, Irfan. 2016. Analisis Efek Penggunaan Media Sosial Line Messenger Pada Remaja Di SMK Negeri 1 Samarinda. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=2758> (diakses 22 Juli 2019, pukul 15.34)

Ika, Novia. 2017. Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas. <http://jurnalkommas.com/view.php?nama=jurnal%20D0212064.docx> (diakses 22 Juli 2019, pukul 16.20)

JURNAL INTERNASIONAL :

- Jothi, Sri, Neelamalar M, Prasad, R Shakti. 2011. *Analysis of Social Networking Sites: A Study on Effective Communication Strategy in Developing Brand Communication*. <https://www.researchgate.net/> (diakses 22 Juli, pukul 13.45 WIB)
- L, Horrell, Kneipp S, Gonzales C, Williams K. 2016. Using social media to enhance study recruitment: How Facebook and Twitter may engage vulnerable populations. <https://www.mendeley.com/catalogue/using-social-media-enhance-study-recruitment-facebook-twitter-engage-vulnerable-populations/> (diakses 21 Juli 2019, pukul 11.30 WIB)
- R, Abbasi, Maqbool O, Mushtaq M, Aljohani N, Daud A, Alowibdi J, Shahzad B. 2018. Saving lives using social media: Analysis of the role of twitter for personal blood donation requests and dissemination. <https://www.mendeley.com/catalogue/saving-lives-using-social-media-analysis-role-twitter-personal-blood-donation-requests-dissemination/> (diakses 21 Juli 2019, pukul 11.35 WIB)
- Stronkman, Richard. *Exploiting Twitter to Fulfill Information Need During Incident*. <http://infopuntveiligheid.nl/> (diakses 22 Juli 2019, pukul 14.06 WIB)