

## Daftar Pustaka

### Buku

- Ardianto, E.d. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Haryanto, I. (2014). *Jurnalisme Era Digital*. Jakarta: Kompas.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- McQuail, D. (1980). *Towards a sociology of mass communication, 5th edition*. London: Collier Mc Millan.
- McQuail, D. (1991). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nass, C., & Masson, L. (1990). *Organizations and Communication Technology*. Newbury Park: Sage.
- Norman, D. A. (2002). *The Design Of Everyday Things*. New York, NY: Basic Books.
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rahayu. (ed.). 2006. *Menyingkap Profesionalisme Surat Kabar di Indonesia*. Yogyakarta: Pusat Kajian Media dan Budaya Populer, Dewan Pers dan Departemen Komunikasi dan Informasi.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1987). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Siregar, A. (2008). *Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, I. (2006). *Jurnalistik Infotainment: Kancan Baru Jurnalistik dalam Industri Televisi*. Yogyakarta: Pilar Media.
- Syahputra, I. (2013). *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme, dan Infotainment dalam Industri Televisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



- Baym, G. (2008). "Infotainment". *The International Encyclopedia of Communication*. Donsbach, Wolfgang (Ed): Blackwell Publishing.
- Blumler, J.G., Katz, E., & Gurevitch, M. (1974). *Utilization of Mass Communication by The Individual. The Uses of Mass Communication, Current Perspective on Gratification Research*. London: SAGE Publication.
- Chaiken, S. (1980). *Heuristic and Systematic Information Processing and The Use Of Source Versus Message Cues In Persuasion*. Journal of Personality and Social Psychology.
- Diao, F., & Sundar, S. S. (2004). *Orienting Responses and Memory For Web Advertisements: Exploring Effects Of Pop-Up Window and Animation*. Communication Research.
- Grissa, K. (2017). *What Uses and Gratifications Theory Can Tell Us About Using Professional Networking Sites (EG. LinkedIn, Viadeo, Xing, SkilledAfricans, Plaxo...)*. Second International Conference, ICDEc 2017 Proceeding. Kurnia, Ari. 2017. "Fenomena Akun Anonim di Media Sosial sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi". *Jurnal Communication Spectrum*, Vol. 4 No. 2 Februari-Juli 2017.
- Kurnia, A. (2017). *Fenomena Akun Anonim di Media Sosial sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi*. Vol. 4 No. 2 Februari-Juli 2017. *Jurnal Communication Spectrum*.
- Lichtenstein, A., & Rosenfeld, L. B. (1983). *Uses and Misuses Of Gratification Research: An Explication Of Media Functions*. Communication Research.
- Norman, D A. (1999). *Affordances, Conventions, and Design*. Volume 6 Nomor 3. New York: Association for Computing Machinery.
- Palmgreen, P, J.D. Rayburn II. (1985). *An Expectancy Value Approach to Media Gratifications, dalam Karl Erik Rosengren et.al. (eds.), Media Gratifications Research : Current Perspectives*. London: Sage Publications.
- Sundar, S. S. (2000). *Multimedia Effects On Processing and Perception Of Online News: A Study Of Picture, Audio, And Video Downloads*. Journalism & Mass Communication Quarterly.
- Sundar, S. S. (2008). *The MAIN Model: A Heuristic Approach to Understanding Technology Effects on Credibility. Digital Media, Youth, and Credibility*. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press. Diakses dari (<http://www.researchgate.com>).
- Sundar, S. S., & Limperos, Anthony M. (2013). *Uses and Gratification 2.0: New Gratifications for New Media*. Journal of Broadcasting & Electronic Media. Penn State University. Diakses dari [www.researchgate.com](http://www.researchgate.com)
- Sundar, S. S., & Nass, C. (2001). *Conceptualizing Sources in Online News*. Journal of Communication.

Sundar, S. S., Oh, J., Bellur, S., Jia, H., & Kim, H. S. 2012. *Interactivity as Self-Expression: A Field Experiment with Customization and Blogging*. Proceedings of the 2012 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI'12), 395–404.

Wicaksono, A dan Irwansyah. (2017). *Fenomena Deindividuasi dalam Akun Anonim Berita Gosip Selebriti di Media Sosial Instagram*. Vol. 10. No. 2 Oktober 2017. Profetik Jurnal Komunikasi

Wijaya, Tjoa Cynthia A. (2013). *Motif Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan iPhone*. *Jurnal Applicaion*, 3rd ed. Jakarta: Salemba Humanika.

## Penelitian Rujukan

Lubis, A M. (2014). *Studi Korelasional antara Motif Penggunaan Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 dan 2012 FISIP USU Medan*.

Nurmanto, Y F. (2015). *Survei Tingkat Kepuasan Pengguna Media KanalTigaPuluh*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Politik UGM.

Rahardyan, N. (2018). *Motif, Keterlibatan dan Penggunaan Spotify (Studi Fenomenologi Pengguna Aktif Media Streaming)*. Fakultas Ilmu Sosial Politik, Universitas Gadjah Mada.

## Referensi Online

Admin. (2018). Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi. Database dari <https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruantinggi/detail/OEVEMUQwQ0UtRjEyMi00QjM3LUE4NDktMjVGOdFCMzM1Mzk1> Diakses pada 6 Maret 2019.

Admin. Newsletter Kunci No 11. (2002). Tersedia dalam <http://kunci.or.id/collections/pdf/newsletter-kunci-11/> . Diakses pada 25 Januari 2019.

eMarketer. (2014). *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia [online]*. Artikel pada <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia> . Diakses pada 13 September 2017.

Kumayana, K D. 2009. *A Right to Pseudonymity*, *Arizona Law Review Vol. 51*, artikel pada [www.arizonalawreview.org](http://www.arizonalawreview.org) diakses pada 23 Februari 2019.

Saxena, S. (2013). *7 Keys Characteristics of Social Media*. Tersedia dalam <http://www.easymedia.in/7-key-characteristics-of-social-media/> diakses pada 03 Maret 2019 pukul 0:13 WIB.

Wargadireja, Arzia Tivany. 2017. *Hegemoni Lambe Turah Atas Dunia May*. 29 April 2017. Tersedia dalam [https://www.vice.com/id\\_id/article/wnvymb/hegemoni-lambe-turah-atas-dunia-maya-indonesia](https://www.vice.com/id_id/article/wnvymb/hegemoni-lambe-turah-atas-dunia-maya-indonesia). Diakses pada 13 September 2017.