

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
PADA JATIM TIMES DAN TUGU MEDIA GROUP**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



OLEH:

VEMILIA BOLIN VANIAFI FANTI

NIM 2018230067

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG**

2023

Vemilia Bolin Vaniavi Fanti, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK, 2023

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PADA JATIM TIMES DAN TUGU MEDIA GROUP

Dosen Pembimbing Utama : Fathul Qorib, S.I.Kom., M.I.Kom

Dosen Pembimbing Pendamping : Latif Fianto, S.I.Kom., M.I.Kom

RINGKASAN

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan orang untuk memamerkan diri, terlibat, bekerja sama, berbagi, dan membuat hubungan sosial secara elektronik. Masyarakat menggunakan media sosial secara luas karena merupakan salah satu fenomena yang paling terkenal dan karena memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara online, terlibat dalam diskusi, berinteraksi dengan orang lain, mengekspresikan kreativitas mereka, dan terlibat dalam berbagai bentuk interaksi sosial lainnya. Media sosial bagi portal berita media online dianggap sangat penting karena dengan kehadiran media sosial sangat membantu dalam mendistribusikan berita kepada publik. Selain sebagai media untuk mendistribusikan berita kepada publik, portal berita online juga menggunakan media sosial dalam berbagai hal.

Penelitian ini menggunakan metodologi pendekatan penelitian kualitatif dan menggunakan teori *Uses and Gratifications* dengan mewawancarai 6 informan meliputi Pimpinan Redaksi Jatim Times, Manager media sosial Jatim Times, Admin media sosial Tiktok Jatim Times, Direktur Pemberitaan Tugu Media Group, Wartawan Tugu Media Group, Admin media sosial Tugu Media Group. Wawancara dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data. Reduksi data, penyajian, dan pengambilan kesimpulan semuanya termasuk dalam analisis data.

The Jatimtimes dan Tugu Media Group menggunakan media sosial untuk enam tujuan berbeda: sebagai sumber informasi, sebagai metode penyampaian informasi, sebagai media hiburan, sebagai alat promosi media, sebagai alat branding, dan sebagai media untuk iklan. Selain kelebihan media sosial sebagai sumber informasi, juga menghadirkan masalah bagi media online karena banyak orang lebih tertarik membaca berita yang beredar di media sosial, meskipun informasinya tidak dapat dipercaya. Untuk itu wartawan Jatim Times dan Tugu Media Group akan menulis berita yang lebih mendalam dengan melakukan *check ricek* akan kebenaran informasi yang didapatkan karena berita yang disebarkan ke publik haruslah berita yang dapat dipercaya.

Kata Kunci: Media Sosial, *Teori Uses and Gratifications*, Pemanfaatan Media Sosial

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era global saat ini, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi terjadi dengan sangat cepat. Perkembangan baru yang mendukung teknologi saat ini selalu mengikuti perubahan tersebut. Adanya internet yang telah digunakan oleh beberapa organisasi menjadi bukti kemajuan teknologi di bidang informasi dan komunikasi. Karena kontribusi sosial dan teknologi internet yang signifikan, khususnya dalam proses penyebaran berita, pertumbuhan internet terjadi dengan cepat dan dengan banyak manfaat (Situmeang, 2020: 11).

Kemajuan teknologi informasi tidak diragukan lagi telah memberikan berbagai dampak bagi masyarakat, terutama pada bagaimana kehidupan individu saat ini, yang kehidupannya cenderung lebih sederhana dan lebih produktif. Dulu, orang menggunakan media satu arah untuk mencari informasi, seperti membaca publikasi cetak seperti surat kabar dan majalah atau menonton televisi, pergi ke bioskop, atau mendengarkan radio. Namun, orang-orang saat ini lebih suka memanfaatkan sumber internet untuk belajar tentang apa saja; mereka mungkin menggunakan Google dan portal berita untuk menemukan konten yang memenuhi kebutuhan informasi mereka (Galura, 2013).

Informasi secara berkala dikirim melalui media internet, agar masyarakat mengetahui perkembangan terkini. Tanpa harus menunggu menit, jam, atau hari seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak, setiap kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan dapat langsung dipublikasikan ke website media online. Hal inilah yang mempercepat penyebaran informasi melalui jaringan internet ke marketplace (pengakses) dengan jangkauan mendunia. Selain itu, informasi yang disebarluaskan melalui media ini berbentuk statistik dan fakta, bukan anekdot atau esai yang belum terbukti. Pemutakhiran dan tampilan waktu-nyata memungkinkan penyampaian informasi secara terus-menerus, menghilangkan kebutuhan akan waktu utama.

Hanya penting ketika pengguna ingin mendapatkan informasi karena terus disediakan (Rahman & Prasetya, 2018). Secara teknis, multimedia berbasis

internet dan komputer merupakan media online. Cybermedia (media baru) adalah nama lain dari media online, yang didefinisikan sebagai media yang ditawarkan secara online di situs web. Pengguna dari seluruh dunia dapat mengakses informasi atau berita melalui komputer dan internet berkat media berbasis telekomunikasi dan multimedia. Portal, situs web (termasuk blog dan situs media sosial seperti Facebook dan Twitter), radio online, TV online, dan email semuanya termasuk dalam kategori media online (Romli, 2018: 34–35).

Di Indonesia, media internet kini berkembang pesat. Berdasarkan informasi Dewan Pers, telah terdaftar 1.647 situs berita media online di seluruh Indonesia. Hanya 85 di antaranya yang secara faktual dan 169 yang secara administratif disahkan dari jumlah tersebut (Kencana, 2022). Menurut survei Reuters Institute for the Digital News Report 2022 melaporkan kondisi media massa, Detikcom menerima hingga 65% dari konsumsi media online publik di Indonesia, diikuti oleh Kompas online dengan 48% dan CNN Indonesia dengan 35 % (Pahlevi, 2022).

Gunakan media sosial sebagai sumber informasi sekaligus sarana penyebaran informasi jika ingin memperoleh berita atau informasi yang dapat diakses di media online. Media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, terlibat, bekerja sama, berbagi, dan menciptakan hubungan sosial virtual dengan pengguna lain (Nasrullah, 2015: 11).

Media sosial saat ini menjadi media yang banyak digunakan oleh masyarakat umum karena popularitas fenomena ini, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara online, terlibat dalam diskusi, berkomunikasi dengan orang lain, mengekspresikan kreativitas mereka, dan mengambil bagian dalam kegiatan lainnya. (Fitriani, 2021) Pengelompokan sosial lainnya. Menurut statistik We Are Social dari tahun 2022, Indonesia adalah rumah bagi 204,7 juta pengguna internet, seperti yang dapat ditunjukkan. Ada peningkatan 1% pengguna internet dibandingkan tahun sebelumnya. Mengingat jumlah penduduk Indonesia secara keseluruhan sebesar 277,7 juta jiwa, berarti 64% penduduk Indonesia memiliki akses ke dunia maya. Menurut studi ini, ada hingga 191,4 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia. Menurut We Are Social, kini ada 21 juta lebih

pengguna media sosial aktif di Indonesia. Gambar 1 menampilkan informasi tersebut, yang dikumpulkan dari Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, dan pengguna media sosial lainnya (Prastya, 2022).

Gambar 1:
Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia



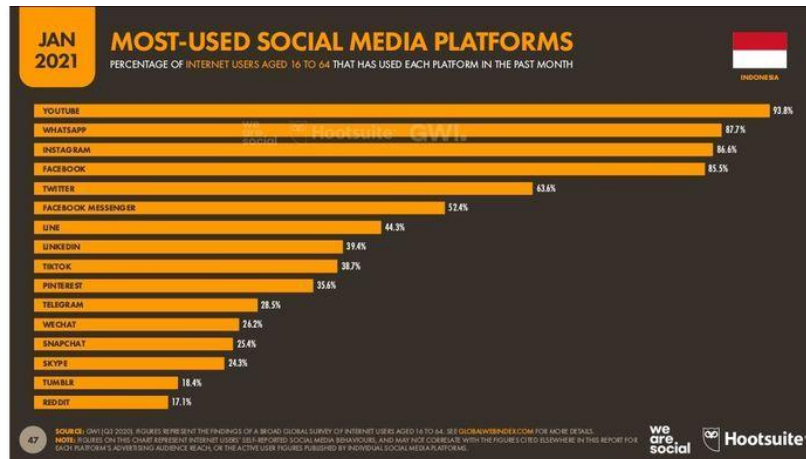
(Sumber : We Are Social,2022)

Media sosial, salah satu jenis media yang digandrungi masyarakat, berperan penting dalam kehidupan masyarakat sebagai sarana penyebaran dan penemuan informasi yang sedang hangat diperbincangkan. Karena keinginan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari seluruh dunia, dapat dikatakan bahwa akses ke media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan dasar setiap orang (Salafudin, 2019). Bahkan media sosial, seperti Twitter, Facebook, Instagram, Tiktok, dan platform serupa, dapat meniadakan status sosial yang seringkali menjadi penghalang komunikasi (Watie, 2016). Ini karena platform ini memungkinkan pengguna untuk terlibat tanpa bertemu secara fisik satu sama lain.

Menurut perkiraan dari *We Are Social* untuk tahun 2021, Youtube yang menyumbang 93,8% dari seluruh pengguna internet di Indonesia merupakan

platform media sosial yang paling banyak digunakan di sana. Kemudian Instagram 86,7%, Facebook 85%, dan Tik Tok 38,7% (Fitriani, 2021).

Gambar 2:
Platforms Media Sosial Yang Banyak Digunakan



(Sumber: We Are Social 2021)

Basis pengguna media sosial yang berkembang saat ini membuat platform media sosial berguna di berbagai industri. Misalnya, media sosial digunakan sebagai alat pembelajaran di bidang pendidikan. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran tanpa mengharuskan peserta untuk hadir secara fisik; ini dikenal sebagai pembelajaran virtual. Sekalipun jarak dan waktu antara pendidik dan peserta didik dapat berubah, pembelajaran online atau virtual yang memanfaatkan media sosial berbasis internet tetap dapat menawarkan konten kepada peserta didik (Wati, 2021). Sebagai metode komunikasi pemasaran digital, ia memiliki keunggulan tambahan. Dalam hal ini, khalayak diinformasikan, dibujuk, dan diingatkan tentang barang dan jasa yang ditawarkan oleh media digital, yaitu media sosial, melalui penggunaan media sosial. Dari perspektif pemasaran di media sosial atau periklanan, ini jelas. Dari perspektif pengiklan dan pemasar, media sosial menyediakan berbagai materi. Konten ini dibuat dalam format teks dan audio-visual. Ada banyak produk berbeda yang

diiklankan secara online, terutama di platform media sosial Instagram dan lainnya seperti tempat wisata, kuliner, jasa, dan sebagainya (Kusuma, 2018).

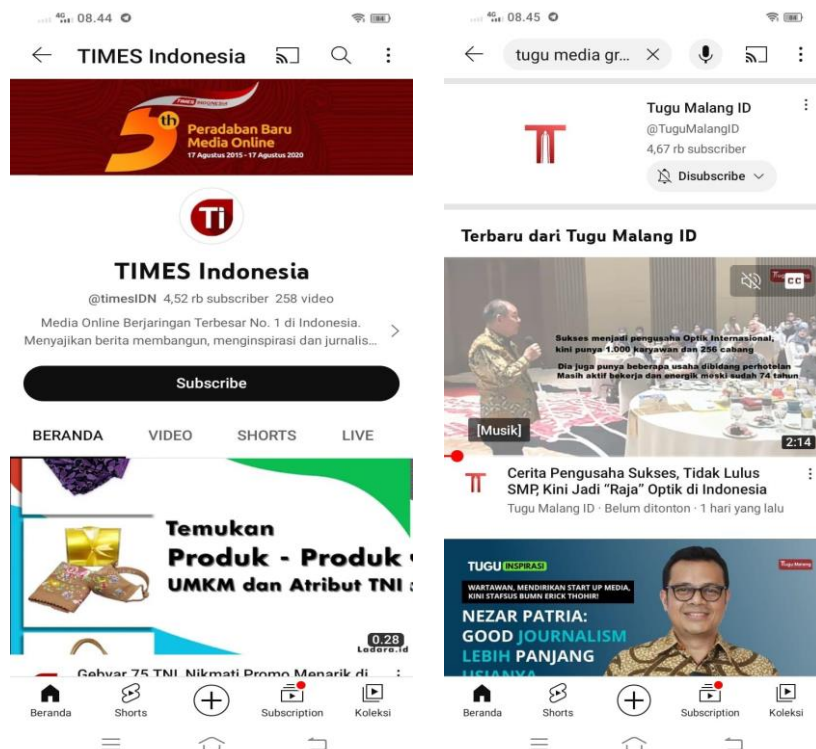
Media sosial digunakan sebagai sumber berita oleh jurnalis serta alat pembelajaran dan komunikasi bagi pemasar digital. Seperti yang sudah menjadi rahasia umum, media sosial mengisi tuntutan akan jurnalisme, sebuah sektor berbasis informasi (Rosemarwati & Lindawati, 2019). Hal ini sering terjadi di bidang jurnalisme yang menggunakan media sosial sebagai sumber data. Misalnya, publikasi online Liputan6.com melaporkan bintang program Fuji Utami, yang diduga stres setelah menerima hinaan dari pengguna internet Indonesia. Untuk membuat berita dan menyebarkannya ke masyarakat, informasi ini dikumpulkan dari media sosial YouTube The Sungkars (Riantrisnanto, 2022).

Hal ini juga terlihat dari temuan sebuah studi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan di Amerika Serikat terhadap 500 jurnalis dari 15 negara yang berbeda, yang mengungkapkan bahwa hingga 47% dari mereka menggunakan media sosial, yaitu Twitter dan Facebook, sebagai sumber berita. (Nuraeni, 2017). Oleh karena itu, media sosial digunakan dalam bisnis media sebagai metode komunikasi digital dan sebagai prosedur jurnalistik. Media sosial digunakan dalam hal ini untuk kegiatan jurnalistik termasuk pengumpulan berita, pemeriksaan, dan penyebaran. Media sosial digunakan oleh portal berita online untuk menghasilkan ide cerita, melibatkan pemirsa dan pembaca, serta mengumpulkan lebih banyak data (Kencana, 2022).

Media sosial tidak dapat dipungkiri telah dimanfaatkan oleh setiap orang, termasuk situs berita online yang berfungsi sebagai media industri berbasis informasi dan memiliki profil media sosial. Ada lebih dari belasan situs berita online yang menggunakan media sosial, seperti yang ada di Malang, salah satunya adalah Jatim Times.com dan Tugu Media Group. Kedua publikasi online ini memiliki profil di jejaring sosial antara lain Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan YouTube. Bahkan jika dibandingkan dengan media online lainnya, kedua media online ini memiliki followers dan penonton yang lebih banyak di media

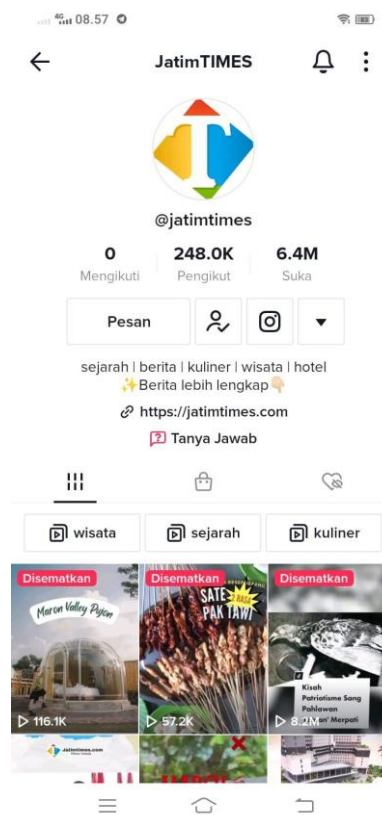
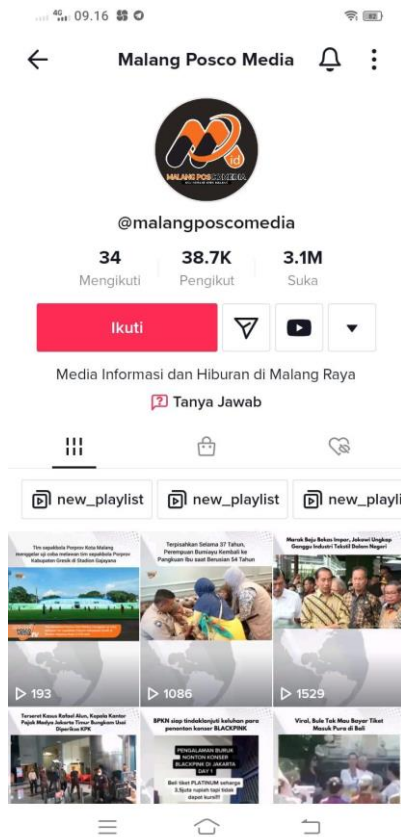
sosial. Misalnya, media online Times Indonesia memiliki lebih sedikit pelanggan YouTube daripada media online Tugu Media Group, sedangkan media online Jatim Times memiliki lebih banyak pengikut Tiktok daripada Malang Posco Media..

Gambar 3:
Perbandingan Jumlah Subscribe Youtube dari Times Indonesia Dan Tugu Media Group



(sumber: Youtube Times Indonesia dan Tugu Malang ID, 2023)

Gambar 4:
Perbandingan Jumlah Pengikut media sosial Tiktok dari Malang Posco Media dan Jatim Times



(Sumber: Tiktok Malang Posco dan Tiktok Jatim Times, 2023)

Publikasi online Jatim Times dan Tugu Media Group memiliki pengikut atau followers yang cukup banyak di media sosial, hal ini dapat dilihat dari perbandingan followers atau pengikut media online diatas. Karena akun media sosial yang dimiliki oleh kedua portal berita online ini telah terpantau dan terlihat bahwa setiap postingan berisi berita yang ditujukan untuk khalayak umum, maka kedua media online ini menggunakan media sosial sebagai sarana distribusi beritanya. Informasi tidak hanya disebarluaskan melalui website yang dimiliki, tetapi juga melalui berbagai media perantara sebagaimana telah disebutkan sebelumnya.

Semua orang menyukai dan mempercayai publikasi online Jatim Times dan Tugu Media Group untuk memberi mereka informasi atau berita terbaru dan dapat dipercaya tentang apa yang terjadi baik di dalam maupun di luar kota Malang. Dalam hal ini, berita yang dipublikasikan lebih akurat karena memuat informasi

detail dan gambaran dari kejadiannya, sehingga pembaca dapat dengan cepat memahami informasi yang dipublikasikan dan dibagikan melalui media perantara seperti media sosial. Hal itu terlihat dari terbitan online Malang Times nomor 517 pada daftar Alexa per 25 Juni 2018. Posisi ini menempatkan media arus utama Malang di urutan teratas daftar media di Malang Raya. Kemudian, menurut Alexa Site Ranking 2021, Tugumalang.id berada di peringkat 426.300. Pada Senin, 27 September 2021, Dewan Pers juga secara resmi mengesahkan kebenaran publikasi online Tugumalang.id.

Berdasarkan konteks tersebut, penulis terdorong untuk menulis dalam sebuah karya ilmiah yang akan ditelaah secara mendalam di bawah judul **“Pemanfaatan Media Sosial pada Jatim Times dan Tugu Media Group”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pemanfaatan media sosial pada Jatim Times dan Tugu Media Group?

1.3 Tujuan Penelitian

Pemanfaatan media sosial Jatim Times dan Tugu Media Group dipilih sebagai target penelitian berdasarkan penciptaan isu penelitian tersebut di atas.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara akademis

Untuk memberikan kontribusi ilmiah kepada mahasiswa pada umumnya dan penulis pada khususnya.

b. Secara praktis

Wartawan dari East Java Times dan Tugu Media Group dapat memanfaatkan temuan kajian tersebut sebagai narasumber ketika menggunakan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Kurniawan. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan.
- Anwar, Ahmad. (2016). Pemanfaatan media sosial dalam pelayanan referensi 2.0 di Indonesia. *UIN Sunan Kali Jaga: Yogyakarta*.
- Arifin, Moh. Syamsul. (2018). Manajemen Redaksional Portal Berita Online Dalam Mengelola Media Sosial Sebagai Sarana Promosi. *Communication*, 9(2), 89-104.
- Cangara, Hafied. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. "Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia." *Publiciana*. 9(1) : 140-157.
- Dharma, Surya. 2012. *Manajemen Kinerja Falsafah Teori dan Penerapannya*.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti .
- Fitriani, Yuni. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006-1013.
- Fuch, Cristian. 2014. *Social Media a Critical Introduction*. Los Angels: SAGE Publications, Ltd
- Galura, Rangga. (2013). Konvergensi media online. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Ghali Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media Indonesia.
- Gunawan, Ryan. 2018. Fungsi Media Massa dalam Prespektif Negara Demokrasi terkait Penyelenggaraan Pemilu. *Fakultas hukum Unnes Vol. 4 No 3*.
- Humaizi, 2018. *Uses and Gratifications Theory*. Medan : Pusat Sistem Informasi (PSI) Kampus USU.
- Husnusyifa, Annisa. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (Studi Pada Media Sosial

- Twitter@ BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar).
Jurnal Humaniora , 2655(7258), 2655-3139.
- Indah Suryawati, 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori & Praktik*, Bogor: Galeri Indonesia.
- Ibrahim, Mochamad Maulana., & Irawan, Rahmat. Edi. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Representamen*, 7(02).
- Jurdi, Syarifudin. 2016. *Sosiologi Politik: Kekuatan-Kekuatan Politik Indonesia*. Jakarta: Jakarta Kencana.
- Kencana, Woro. Harkandi., Situmeang, Meisyanti, Rahmawati, & Nugroho. 2022. Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. IKRA-ITH HUMANIORA: *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6(2), 136-145.
- Kudus. 2015. Media Tradisional Vs Media Online (Komunikasi dengan Keunikan Identitas). *Jurnal komunikasi penyiaran Islam*. Vol:3, No:1
- Kemit, Jhos Franklin, et al. (2021). Peran Hukum dalam Penyebaran Berita Hoax Covid-19 Pada Masyarakat di Indonesia. In *Seminar Peningkatan Sitasi Internasional* (Vol. 1, No. 1).
- Karunia, Hans., Ashri, Nauvaliana., & Irwansyah. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, 3(1), 92-104.
- Kogoya, Wilius., & Uruwaya, Hiskia. (2022). *Solusi Dampak Negatif Penggunaan Media Elektronik Pada Remaja Dalam Aktivitas Pembelajaran*.
- Kusuma, Diana. Fitri., & Sugandi, Mohamad. Syahriar. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- Lestari, Rani. Dwi. (2017). Quality news dan popular news sebagai trend pemberitaan media online. *Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*, 5(1), 83-94.
- Littlejohn, Stephen. Foss, Karen. 2011. *Theories Of Human Communication*. Amerika Serikat: Long Grove

- Medhy, Agita. Hidayat. 2012. *Menggugat Modernisme Mengenal Rentang Pemikiran Postmodern Jean Baudrillard*. Yogyakarta: Jalasutra
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: The MIT Press.
- McQuai, Denis. 2017. *McQuail's Mass Communication Theory 4th Edition*. London: SAGE Publ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Airlangga), Edisi Kedua, ications.
- Megiati, Yunita. Endra., Lestari, Fibria. Anggraini. Puji., & Pratiwi, Noor. Komari. (2019). Peran Orang Tua dan Guru dalam Meminimalisir Pengaruh Media Elektronik Televisi Terhadap Perkembangan Anak Sekolah Dasar. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat Vol, 2(03)*.
- Moleong, Lexy, 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mondry, 2008. *Dasar-dasar Jurnalistik*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Morissan. 2018. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group. Rawamangun.
- Nasrullah, Rulli. 2014. Selling Self-Image In The Era Of New Media. *Jurnal Humaniora*, 26 (1), 3-12.
- Nasrullah . Rulli 2012. *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial :Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* . Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nadie Lahyanto. 2008. *Komunikasi Massa dan Pasar Modal*. Jakarta Selatan: Media Center.
- Nasrullah Rulli. 2018. *Komunikasi Antarbudaya Di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nuraeni, Reni. (2017). Peran media sosial dalam tugas jurnalistik. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 3(1), 43-58.
- Prastya , L.J. 2022. *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022 (online)*,

- (<https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>), diakses 23 Februari 2022.
- Pahlevi, Reza. 2022. *Ini Media Online Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia*,(online)
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/ini-media-online-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>), diakses 16 juni 2022.
- Parwadi.2004. *Pengertian Televisi*. Ensiklopedia Indonesia.
- Pratama, Bintang. Diega., & Naryoso, Agus. (2022). *Branding Media Online Awal. Id Sebagai Media Pengabar Berita Terpercaya*. *Interaksi Online*, 10(3), 1-11
- Riantrisantono, Ruly. 2022. *Fuji Tak Cerita ke Siapa-Siapa saat Stres Gara-Gara Netizen, Gala Sky Jadi Pemulih Mentalnya*, (online)
<https://www.liputan6.com/showbiz/read/5064409/fuji-tak-cerita-ke-siapa-siapa-saat-stres-gara-gara-netizen-gala-sky-jadi-pemulih-mentalnya> , diakses 8 September 2022.
- Rohmiyati, Yuli. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2 (1), 29.
- Setiadi, Ahmad. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia .
- Romli, Khomsahrial; Adipramono (Ed.). 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Pt Penerbit Grasindo.
- Romli, Asep. Syamsul. M. 2018 . *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Rohmah, Nurliya Ni'matul. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1-16.

- Rosemarwati, Tri. Utami., & Lindawati. (2019). Penggunaan Media Sosial sebagai Sumber Berita oleh Jurnalis Media Daring di Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 23(2), 101-114.
- Situmeang, Ilona Vicenovie Oisina. 2020, *Media Konvensional dan Media Online*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Setiadi, Ahmad. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Shirley, Biagi. 2010. *Media Impack Pengantar Media massa Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Suparmo, Ludwiq. (2017). Uses and Gratifications Theory dalam Media Sosial WA (WhatsApp). *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 27-37.
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalitik : Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Supratman, Luci Pujasari. (2018). Penggunaan media sosial oleh digital native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 47-60.
- Vivian, John. 2015. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Werner J. Severin & James W. Tankard 2011. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan didalam Media Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Watie, Errika Dwi Setia. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- Widiastuti, Nela. (2019). Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional. *Jurnal Digital Media dan Relationship*, 1(1), 23-30.