



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

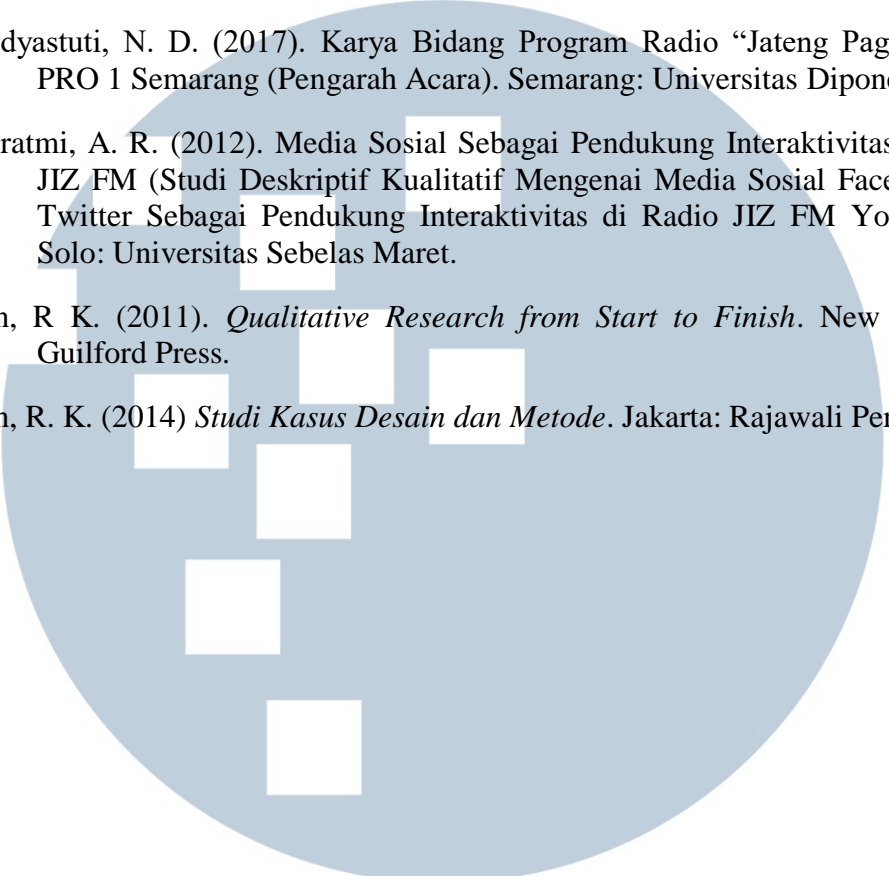
- Apjii.or.id. (2017). Penetrasi dan perilaku Pengguna Internet Indonesia. Dilansir pada 21 Maret 2019, dari <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak.
- Arnus, S. H. (2015). *Computer Mediated Communiation (CMC)*, Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, Vol. 8, 275-289. <http://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/744>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Basuki, F. A. (2017). Pemanfaatan Media Digital untuk Listener *Engagement* oleh Media Konvensional: Studi Kasus Media Sosial Youtube oleh Radio Prambors. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Batsell, J. (2015). *Engaged Journalism: Connecting with Digitally Empowered News Audiences*. New York: Columbia University Press.
- Biagi, S. (2013). *Media Impact: An Introduction to Mass Media* (11th ed.). Stamford: Cengage Learning.
- Briggs, A., & Burke, P. (2006). *Sejarah Media Sosial: Dari Gutenberg sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Boer, K. M. (2013). Interaktivitas Sebagai Strategi *Mediated Communication* pada *Fans Pages Starbucks Coffee Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 10, 113-128. https://www.researchgate.net/publication/314270073_Interaktivitas_sebagai_Strategi_Mediated_Communication_pada_Fans_Pages_Starbucks_Coffee_Indonesia
- Bossio, D. (2017). *Journalism and Social Media: Practioners, Organisations, and Institutions*. London: Palgrave Macmillan.
- Budiarto, E., & Anggraeni, D. (2001). *Pengantar Epidemiologi Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Chantler, P., & Stewart, P. (2003). *Basic Radio Journalism*. Boston: Focal Press.
- Conversionxl. (2018). How To Use Interactivity To Increase Engagement (and Conversions). Dilansir pada 10 Juli 2019, dari <https://conversionxl.com/blog/interactivity-user-engagement/>

- Csis.or.id. (2017). Ada Apa dengan Milenial? Orientasi Sosial, Ekonomi, dan Politik. Dilansir pada 21 Maret 2019, dari https://www.csis.or.id/uploaded_file/event/ada_apa_dengan_milenial_paparan_survei_nasional_csis_mengenai_orientasi_ekonomi_sosial_dan_politik_generasi_milenial_indonesia_notulen.pdf
- Databoks.katadata.co.id. (2018). Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia. Dilansir pada 23 Maret 2019, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>
- Databoks.katadata.co.id. (2018). Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia?. Dilansir pada 23 Maret 2019, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>
- Databoks.katadata.co.id. (2019). Berapa Pengguna Media Sosial di Indonesia?. Dilansir pada 24 Maret 2019, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Daymon, C., & Holloway, I. (2008). *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang.
- Downes, E., & McMillan, S. J. (2000). Defining Interactivity: A Qualitative Identification of Key Dimensions. *New Media & Society*, Vol. 2, 157-179. https://www.researchgate.net/publication/245852959_Defining_Interactivity_A_Qualitative_Identification_of_Key_Dimensions
- Fajri, J. (2017). Dimensi Interaktivitas Media Sosial Instagram Instamarinda Guna Memperkenalkan Daerah Pariwisata di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, 87-101. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/07/EJOURNAL%20Fajri%20\(07-31-17-05-14-02\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/07/EJOURNAL%20Fajri%20(07-31-17-05-14-02).pdf)
- Gitner, S. (2016). *Multimedia Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World*. New York: Routledge.
- Hallin, D. C. (1994). *We Keep America on Top of The World: Television Journalism and Public Sphere*. London: Routledge.
- Hapsari, D. T. (2018). Jurnalisme Radio pada Era Digital: Transformasi dan Tantangan. *Jurnal Masyarakat Indonesia*, Vol. 44, 61-74. <http://jmi.ipsk.lipi.go.id/index.php/jmiipks/article/view/760/525>
- Hilliard, R. L. (2008). *Writing for Television, Radio, and New Media* (9th ed.). Boston: Thomson Wadsworth.

- Instagram. (n.d.). Apa itu Instagram?. Dilansir pada 23 Maret 2019, dari <https://help.instagram.com/424737657584573>
- Irwansyah. (2012). Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Konvergensi: Perspektif Teknologi Komunikasi. In Diah Wardhani & Afdal Makkaruga Putra (Eds.), *Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Konvergensi* (pp. v-xv) Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*. Yogyakarta: Penerbit ANDI. Diakses pada 4 April 2019 dari <https://books.google.co.id/books?id=YCaADwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=konvergensi+media&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiJtq-ph63hAhXBbX0KHXonDiEQ6AEILTAA#v=onepage&q=konvergensi%20media&f=true>
- Jacobsmedia.com. (2017). How Engaging Is Your Station?. Dilansir pada 10 Juli 2019 dari, <https://jacobsmedia.com/how-engaging-is-your-station/>
- Krisnawati, A. (2012). Konvergensi dan Konglomerasi Bisnis Media. In Diah Wardhani & Afdal Makkaruga Putra (Eds.), *Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Konvergensi* (pp. 588-602). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liu, Y. & Shrum, L.J. (2002). What is Interactivity and Is It Always Such A Good Thing? Implications of Definition, Person, and Situation for the Influence of Interactivity on Advertising Effectiveness. *Journal of Advertising*, Vol. 31, 53-64. https://www.yupingliu.com/files/papers/liu_shrum_interactivity.pdf
- Luberto, M. L. (2015). Pemanfaatan Media Baru oleh Lembaga Penyiaran Publik (Studi Kasus Situs www.rri.co.id dan Beberapa Aplikasi Penunjangnya Sebagai Media Baru Penyiaran Pesan pada Radio Republik Indonesia. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Marketingcharts. (2019). The Most Popular Radio Formats of 2018. Dilansir pada 10 Juli 2019, dari <https://www.marketingcharts.com/cross-media-and-traditional/radio-traditional-and-cross-channel-106956>
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalitas Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LkiS
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?*. UK: iCrossing. Dilansir pada 4 April, dari https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf

- McMillan, S. J. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents, and Systems. In Leah A. Lievrouw & Sonia Livingstone (Eds.), *Handbook of New Media* (pp. 205-229). London: Sage
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail (Buku 1 Edisi 6)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Meikle, G. (2016). *Social Media: Communication, Sharing, and Visibility*. New York: Routledge.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perpektif Psikologi Sosial Terapan. *Jurnal Buletin Psikologi*. Vol. 25, 36-44. <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/download/22759/pdf>
- Mulyana, D. (2013). Penelitian Kualitatif vs. Penelitian Kuantitatif Prolog. In Deddy Mulyana & Solatun (Eds.), *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nielsen.com. (2016). Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya. Dilansir pada 21 Maret 2019, dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2016/RADIO-MASIH-MEMILIKI-TEMPAT-DI-HATI-PENDENGARNYA.html>
- Prca.org.uk. (n.d.). The Rise of Social Radio: When Listeners Aren't Listening, They're Always Tuned In. Dilansir pada 10 juli 2019, dari <https://www.prca.org.uk/RiseOfSocialRadio>
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Rihartono, S. (2015). Strategi Pengelolaan Radio di Tengah-Tengah Perkembangan Teknologi Internet. *Jurnal Komunikasi Profetik*. Vol. 08, 51-63. <https://media.neliti.com/media/publications/224273-strategi-pengelolaan-radio-siaran-di-ten.pdf>

- Romelteamedia.com. (2018). Pengertian Media Baru (New Media). Dilansir pada 7 April 2019 dari <https://www.romelteamedia.com/2018/04/pengertian-media-baru-new-media.html>
- Romli, K. (2016) *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Rusnaini. (2015). *Konstruksi Realitas Sosial Keistimewaan Yogyakarta dalam Wacana Politik Kelompok Pro Penetapan dan Pro Pemilihan: Perspektif Pendidikan Kewarganegaraan*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Saputra, A. R. (2018). *Penggunaan Media Sosial oleh Stasiun Radio dalam Aktivitas Jurnalistik di Era Digital: Studi Kasus Terhadap Media Sosial PRFM Bandung*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Siahaan, R. A. (2015). *Jurnalistik Suara : Jurnalistik Radio untuk Profesi dan Pengembangan Diri*. Tangerang: Matana Publishing.
- Socialblade.com. (n.d.). Dilansir pada 23 Maret 2019, dari <https://socialblade.com/instagram/user/sonorafm92>
- Sonora.co.id. (n.d.). About Sonora. Dilansir pada 23 Maret 2019, dari <http://www.sonora.co.id/about-us>
- Statista.com. (n.d.). Number of Monthly Active Instagram Users From January 2013 to June 2018 (in millions). Dilansir pada 23 Maret, dari <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>
- Statista.com. (n.d.). *Leading Countries Based on Number of Instagram Users as of January 2019 (in millions)*. Dilansir pada 23 Maret 2019, dari <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwendra, I. W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra.
- Trinoviana, A. (2017). Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*. Vol. 12, 35-49. <http://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/download/9920/7898>
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi, Edisi 3, Analisis dan Aplikasi Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.

- 
- Widyastuti, N. D. (2017). Karya Bidang Program Radio “Jateng Pagi” di RRI PRO 1 Semarang (Pengarah Acara). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Wiratmi, A. R. (2012). Media Sosial Sebagai Pendukung Interaktivitas di Radio JIZ FM (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Media Sosial Facebook dan Twitter Sebagai Pendukung Interaktivitas di Radio JIZ FM Yogyakarta). Solo: Universitas Sebelas Maret.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: Te Guilford Press.
- Yin, R. K. (2014) *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA