

## DAFTAR PUSTAKA

- A.S., A. B. (2014). Periode Perkembangan Media Massa (Sebuah Tinjauan). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 18(1), 119-132. doi:10.31445/jskm.2014.180107
- Ardianto, E. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, F. N. (2015). Efektivitas Akun Instagram @FILMNASIONAL Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *e-Proceeding of Management*, 3971-3976.
- Bambang. (2012). *Instagram*. Jakarta: Mediakita.
- Bittner, J.R. 1986. *Mass Communication: An Introduction (4<sup>th</sup> ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Black, Bryant & Thompson. 1998. *Introduction to Media Communication*. Boston: McGraw Hill.
- Cangara, H. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chun, W. H., & Keenan, T. (Penyunt.). (2006). *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Darmawan, A. (2019). *Efektivitas media sosial Instagram Plesbol Terhadap Kebutuhan Informasi di Kalangan Komunitas CISC Medan*. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara .
- Denis McQuail. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Dominick, J. R. 1987. *The Dynamics of Mass Communication*. New York: Random House.
- Effendy, O. U. (2003). *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong. 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.Rosdakarya.
- Erdiyana, A. d. (2004). *Suatu Pengantar Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Friedman, L. W., & Friedman, H. H. (2008). The New Media Technologies: Overview and Research Framework. SSRN Electronic Journal. Dipetik 11 Februari 2020, dari <https://ssrn.com/abstract=1116771>
- Gifford, C. (2000). *Media and Communication*. New York: Dorling Kindersley Publishing, Inc.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory (Edisi Kesepuluh)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Imran, H. A. (2012). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursif (Sebuah Tinjauan dengan Kasus pada Surat kabar Rakyat Merdeka). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(1), 47-60. doi:10.31445/jskm.2012.160103
- Jalaluddin, Rakhmat. 2001. *Psikologi Komunikasi edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Katz, B. d. (1974). *Uses And Gratification*.
- Kriyantono, R. &. (2006). *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory (Edisi Kelima)*. London: Sage Publications.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa (Edisi Pertama)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morrisan. 2001. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia, hlm.1.
- Nurudin. (2003). *Teori Uses And Gratification*.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Cespur: Malang.
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- PARK. (2008). *Model Stimulus, Organism, Response (SOR)*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, Iswandi. 2013. *Rezim media*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, hlm 41.
- Tamburaka, A. (2013). *Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tamburaka, Apriyadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, hlm 2.
- Wardhani, M. A. (2020). *Pemanfaatan Aplikasi Ruang Guru Sebagai Media Pembelajaran Siswa SMA Di Kota Makassar*. Makassar: Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Yapari, R. (2020). *Efektifitas Tayangan Tonight Show Net TV Terhadap Pemenuhan Hiburan Mahasiswa Ilmukomunikasi Di Kota Makassar*. Makassar: Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

## LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN TINGKAT EFEKTIVITAS PEMANFAATAN INSTAGRAM PSM MAKASSAR TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI DI KALANGAN SUPPORTER PSM MAKASSAR

1. Nama :
2. Umur :
3. Nama Komunitas :
  - a. The Macz Man Indonesia
  - b. Laskar Ayam Jantan
  - c. RED GANK
4. Jenis kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
5. Apakah anda memiliki akun sosial media Instagram ?
  - a. Iya
  - b. Tidak
6. Apakah anda mengikuti akun sosial media Instagram PSM Makassar ?
  - a. Iya
  - b. Tidak
7. Berapa kali dalam sehari anda mengakses Instagram PSM Makassar ?
  - a. 1 kali sehari
  - b. 3 kali sehari
  - c. 5 kali sehari
  - d. >5 kali sehari
8. Berapa lama durasi rata-rata anda membuka postingan Instagram PSM Makassar ?
  - a. <1 menit
  - b. 1-30 menit
  - c. 30 menit - 1 jam
  - d. >1 jam
9. Berapa postingan Instagram PSM Makassar yang anda lihat dalam sehari ?
  - a. 1 postingan
  - b. 3 postingan
  - c. 5 postingan
  - d. >5 postingan

Petunjuk Pengisian :

C. Berilah tanda (×) pada jawaban yang anda pilih

D. Diharapkan pertanyaan dijawab dan tidak ada yang terlewatkan

E. Pilihlah jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan sebenarnya

F. Adapun alternatif jawabannya adalah:

**STS** = Sangat Tidak Setuju

**S** = Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**SS** = Sangat Setuju

**RG** = Ragu-ragu

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
10	Apakah akun Instagram PSM Makassar cepat dalam update informasi terbaru?					
11	Apakah anda mengakses akun Instagram PSM Makassar untuk memperoleh informasi?					
12	Apakah informasi yang disajikan oleh akun Instagram PSM Makassar sesuai dengan kebutuhan informasi yang anda cari?					
13	Apakah jumlah postingan foto harian yang di upload sudah sesuai dengan kebutuhan informasi yang Anda butuhkan?					
14	Apakah jumlah postingan video harian yang di upload sudah sesuai dengan kebutuhan informasi yang Anda butuhkan?					
15	Apakah penggunaan bahasa yang digunakan pada akun Instagram PSM Makassar sudah jelas dan mudah dimengerti?					
16	Apakah informasi yang tersaji pada akun Instagram PSM Makassar mudah untuk dipahami?					
17	Apakah informasi yang disajikan akun Instagram PSM Makassar sudah lengkap dan beragam?					
18	Apakah isi informasi yang disajikan akun Instagram PSM Makassar sudah sesuai dan berdasarkan fakta yang ada?					

19	Apakah tampilan dari akun Instagram PSM Makassar menarik bagi anda?					
20	Apakah setelah mengakses akun Instagram PSM Makassar kebutuhan anda untuk memperoleh informasi sudah terpenuhi?					
21	Apakah anda merasa puas setelah mengakses akun Instagram PSM Makassar ?					

22. Apa kritik anda terhadap Instagram PSM Makassar ?

23. Apa saran anda terhadap Instagram PSM Makassar ?