PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA TWITTER @infobdg TERHADAP PENGURANGAN KETIDAKPASTIAN INFORMASI

Nia Nur Apriliani, Yuliani Rachma Putri, dan Dini Salmiyah Fithrah Ali
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom
nianur1994@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial saat ini telah berperan sebagai sumber informasi. Twitter menjadi salah satu media yang menjadi sumber informasi khususnya pada interaksi awal. Dengan adanya twitter, pengguna media sosial dapat mengurangi ketidakpastian sebuah informasi.Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media twitter @infobdg terhadap pengurangan ketidakpastian informasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan kausal.Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis parsial, dan perhitungan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media twitter @infobdg terhadap pengurangan ketidakpastian informasi. Subvariabel yang sangat signifikan berpengaruh adalah *accessibility* dan *amount.*Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 32% penggunaan media twitter @infobdg mempengaruhi pengurangan ketidakpastian informasi, sedangkan 68% sisanya dipengaruhi oleh aspek lain diluar penelitian ini.

***Kata Kunci**: media sosial, pengurangan ketidakpastian informasi, twitter @infobdg*

ABSTRACT

Social media currently has a role as a source of information. Twitter became one of the media that serves as a source of information, especially at the initial interaction. With the existence of twitter, social media users can reduce the uncertainty of information. This study aims to determine the influence of the use of twitter media @infobdg to the reduction of information uncertainty. The method used is quantitative method with causal approach. The data analysis techniques used are classical assumption test, simple linear regression analysis, partial hypothesis testing and calculation of the coefficient of determination. The results showed a significant difference between the use of twitter media @infobdg and the reduction of the information uncertainty. The sub-variables that gave very significant effects are accessibility and amount. The coefficient of determination showed that 32% of the use of twitter media @infobdg has affected the reduction of uncertainty of information, while 68% has been influenced by other aspects not covered in this study.

***Keywords**: social media, reduction, information uncertainty, twitter @infobdg*

PENDAHULUAN

Penggunaan internet saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan setiap orang. Internet yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan interaksi tanpa berbatas ruang dan waktu menjadi salah satu alasan banyak orang menggunakan internet dalam kegiatan sehari-hari. Khususnya di Indonesia, internet telah diketahui dan digunakan oleh sebagian masyarakat. Penggunaan internet di Indonesia yang memiliki angka yang cukup tinggi juga memengaruhi penetrasi penggunaan internet di beberapa kota besar yang ada di Indonesia. Salah satu kota besar yang ada di Indonesia adalah Kota Bandung yang terkenal dengan potensi pariwisata, industri, serta pendidikan. Selain identik dengan banyaknya industri yang ditunjang dengan fasilitas akses internet, Kota Bandung juga memiliki potensi pendidikan khususnya perguruan tinggi yang baik secara nasional dan berprestasi hingga tingkat internasional. Hal ini dapat menjadi salah satu motivasi dan alasan memilih Kota Bandung sebagai tempat melanjutkan pendidikan khususnya dalam tingkat perguruan tinggi. Mahasiswa pendatang yang belum banyak mengetahui seluk-beluk Kota Bandung tentunya giat mencari informasi apalagi dilatarbelakangi oleh pengetahuan tentang Kota Bandung yang masih sangat

minim. Banyak hal yang harus diketahui seperti berita tentang Kota Bandung, lokasi penting tertentu, dan info lalu lintas. Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, informasi bisa diakses secara cepat dan instan. Kemajuan teknologi tersebut juga memengaruhi pemilihan media oleh pengguna berdasarkan kebutuhan yang diperlukan. Salah satu sumber informasi yang cepat dan instan adalah media sosial. Sesuai dengan karakteristik media sosial menurut Mayfield (2008) yaitu memungkinkan penggunanya untuk berbagi informasi dan berinteraksi, media sosial dapat menjadi pilihan bagi mahasiswa baru pendatang yang ingin mengetahui lebih banyak informasi mengenai Kota Bandung. Salah satu jenis media sosial adalah *microblog*. *Microblogging* merupakan situs jejaring sosial yang dikombinasikan dengan ukuran jauh lebih kecil daripada blog. Dalam *microblogging*, konten berukuran kecil (*updates*) didistribusikan secara *online* dan bisa diakses melalui jaringan telepon selular (Mayfield, 2008). Salah satu contoh *microblogging* adalah twitter.

Terdapat beberapa akun yang menyebarkan informasi mengenai Kota Bandung. Salah satu akun twitter tersebut adalah @infobdg. Akun @infobdg adalah salah satu akun yang menyebarkan informasi mengenai Kota Bandung meliputi even yang ada di Kota Bandung, keadaan lalu lintas di beberapa jalan, cuaca, dan beberapa informasi kuliner. Pencarian informasi melalui media twitter @infobdg yang menjadi pilihan bagi mahasiswa angkatan 2014 Universitas Telkom tentunya melalui proses pemilihan media yang dapat menyajikan informasi secara cepat dan dapat memenuhi kebutuhan informasi penggunanya. Sebagai mahasiswa yang belum banyak mengetahui tentang Kota Bandung dan giat mencari informasi tersebut, tentunya terdapat sebuah ketidakpastian informasi yang belum diketahui kebenaran dan kepastiannya. Dalam komunikasi, manusia cenderung membuat suatu prediksi, mencari informasi, dan meningkatkan pengalaman komunikasi mereka. Menurut pandangan Teori Pengurangan Ketidakpastian, terdapat dua hal yang dapat dilakukan sebagai usaha awal untuk mengurangi ketidapastian. Dua hal tersebut yaitu prediksi yang diartikan sebagai perilaku yang akan dipilih dari beberapa perilaku lainnya dan penjelasan yaitu usaha untuk mengintepretasikan makna dari perilaku di masa lalu. Mahasiswa yang baru mengetahui Kota Bandung pun dapat mengurangi ketidakpastian, khususnya terhadap informasi tentang Kota Bandung, dengan melakukan suatu prediksi dan penjelasan melalui penggunaan twitter. Penggunaan twitter dapat memengaruhi strategi atau cara yang dilakukan untuk mengurangi ketidakpastian informasi. Menurut Berger dan Calebres (dalam West & Turner, 2009) terdapat tiga strategi yang digunakan untuk mengurangi sebuah ketidakpastian, yaitu pasif strategi, aktif strategi, dan interaktif strategi.Strategi tersebut dilakukan agar sebuah ketidakpastian bisa berkurang dan mendapatkan informasi.Hal ini juga bisa terjadi pada mahasiswa yang belum banyak mengetahui tentang Kota Bandung untuk mengurangi ketidakpastian informasi mengenai Kota Bandung. Pengaruh penggunaan media twitter terhadap pengurangan ketidakpastian informasi yang dilakukan dengan berbagai strategi itulah yang akan diteliti lebih jauh dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diberi judul "Pengaruh Penggunaan Media Twitter @infobdg Terhadap Pengurangan Ketidakpastian Informasi". Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Seberapa besar pengaruh penggunaan media twitter @infobdg terhadap pengurangan ketidakpastian informasi?" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh penggunaan media twitter @infobdg terhadap pengurangan ketidakpastian informasi.

Setiap manusia butuh berkomunikasi. Melalui komunikasi, manusia dapat bertukar informasi. Manusia juga harus melakukan sebuah interaksi terhadap ling-

kungannya melalui kegiatan komunikasi. Dengan berkomunikasi, manusia dapat bertukar makna dan menyampaikan pesan terhadap manusia lainnya. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti "sama", *communico, communication,* atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common).* Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi yang merupakan akar dari bahasa Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi, definisi kontemporer menyebutkan bahwa komunikasi merujuk pada cara hal tersebut, seperti dalam kalimat "Kita berbagi pikiran," "Kita mendiskusikan makna," dan "Kita mengirimkan pesan" (Mulyana, 2007). Menurut Hovland dalam Effendy (2009) komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Laswell. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan. *Who says what in which channel to whom with what effect*? Jadi, berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2009).

Media sosial adalah media yang digunakan untuk bersosialisasi. Secara terminologi, sosial adalah kebutuhan insting seorang individu untuk melakukan interaksi atau menciptakan hubungan dengan orang lain. Sebagai individu, kita butuh berhubungan dengan orang sekitar kita untuk bertukar informasi, ide, dan pengalaman yang dimiliki. Media adalah sesuatu yang kita gunakan untuk melakukan komunikasi dengan individu lain yang ada di sekitar kita. Media dapat berbentuk tulisan, audio, televisi, *e-mail, website,* dan sebagainya. Jadi, media sosial adalah sebuah teknologi yang digunakan secara efektif untuk berkomunikasi dengan orang lain, membangun hubungan, dan membangun kepercayaan (Safko, 2010). Menurut Mayfield (2008), karakteristik media sosial meliputi *participation* atau keterlibatan antarpengguna, *openness* atau keterbukaan dalam berbagi inforrmasi, *conversation* atau terjadinya komunikasi dua arah antarpengguna, *community* atau dapat membentuk sebuah komunitas, dan *conectedness* atau media sosial dapat menciptakan suatu keterhubungan.

Penggunaan internet dalam komunikasi tidak asing lagi dalam beberapa tahun terakhir ini. Internet yang pada awalnya belum menjadi kebutuhan kini telah menjadi bagian yang penting dalam menjalankan komunikasi. Internet dapat menghasilkan bentuk komunikasi yang berbeda dari komunikasi massa melalui *world wide web*, grup diskusi dalam *chat forums* dan *person-to-person communication* melalui *e-mail.* John December dalam Widjajanto (2013) mendefinisikan komunikasi bermedia komputer sebagai proses komunikasi manusia dengan menggunakan komputer yang melibatkan sejumlah orang, dalam beragam situasi dan konteks, yang terjadi dalam pembentukan media dengan berbagai tujuan. Menurut Thurlow (2005), CMC merupakan berbagai bentuk komunikasi yang digunakan manusia dan didukung oleh peran teknologi media (Darmawan, 2015). Menurut Darmawan (2012) terdapat dimensi *Computer Mediated Communication* (CMC) yang dapat ditinjau dari beberapa hal di bawah ini.

1. *accessibility* (daya jangkau/akses informasi). Dimensi ini mengindikasikan proses komunikasi yang bertujuan menyampaikan informasi melalui *Computer Mediated Communication* sehingga mampu mencapai akses atau jangkauan yang luas.
2. *speed* (kecepatan informasi)

Dimensi ini mengindikasikan bahwa proses penyampaian informasi oleh *sender* (pengirim) melalui *Computer Mediated Communication* mampu menunjukkan kecepatan penerimaannya oleh *receiver* (penerima).

3. *amount (*jumlah/kuantitas informasi) Dimensi ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh *sen-der* (pengirim) kepada *receiver* (penerima) melalui *Computer Mediated Communication* mampu memenuhi kebutuhan jumlah informasi yang diperlukan.
4. *cognitive effectiveness (*keefektifan memperoleh pengetahuan). Dimensi ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh *sender* kepada *receiver* melalui *Computer Mediated Communication* mampu menanamkan dan memperkaya pengetahuan secara efektif mengenai informasi yang dibutuhkan.
5. *relevance* (kesesuaian informasi) Dimensi ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh *sender* (pengirim) kepada *receiver* melalui *Computer Mediated Communication* mampu memenuhi tingkat kesesuaian dengan kebutuhan informasi dari *receiver* (penerima).
6. *motivating*. Dimensi ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh *sender* (pengirim) kepada *receiver* (penerima) melalui *Computer Mediated Communication* mampu menumbuhkan motivasi untuk memahami dan menerapkannya.

Teori Pengurangan Ketidakpastian (*Uncertainty Reduction Theory-URT)* digunakan untuk menjelaskan bagaimana komunikasi dapat digunakan untuk mengurangi ketidakpastian di antara orang asing yang terlibat dalam pembicaraan. Orang yang baru pertama kali bertemu atau berinteraksi awal cenderung membuat prediksi atas lawan bicara mereka. Dalam hal ini West dan Turner (2009) mendefinisikan prediksi sebagai kemampuan untuk memperkirakan perilaku yang mungkin dipilih dari sejumlah kemungkinan pilihan yang ada bagi diri sendiri atau rekan bicara. Penjelasan adalah usaha untuk menginterpretasikan makna dari tindakan yang dilakukan di masa lalu. Dua hal ini, prediksi dan penjelasan, menjadi konsep utama untuk mengurangi sebuah ketidakpastian. Dalam usaha mengurangi ketidapastian, orang menggunakan tiga kategori strategi, yaitu strategi pasif, aktif, dan interaktif. Strategi pasif adalah strategi untuk mengurangi ketidakpastian tanpa diketahui oleh target dan tidak melibatkan orang lain. Strategi aktif merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mencari informasi melalui orang lain atau pihak ketiga dan melakukan pencarian informasi dengan cara memperhatikan lingkungan sekitar orang tersebut berada tanpa diketahui oleh target informasi. Strategi interaktif yaitu strategi yang dilakukan dengan cara langsung berhubungan dengan target informasi. Strategi interaktif dapat dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung dan melakukan pendekatan secara pribadi sehingga pelaku dapat menggali informasi lebih banyak.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik kemudian dianalisis menggunakan statistik (Suharsaputra, 2012). Dalam penelitian ini digunakan desain penelitian kausalitas yaitu penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel (Sanusi, 2011). Metode yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Nazir (2005), metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual. Metode survei membedah, menguliti, mengenal masalah, dan mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktik yang sedang berlangsung.

TABEL II OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Subvariabel	Indikator	Skala	No. Item	Skala pengukuran
penggunaan media twitter @infobdg (variabel X)	*accessibility*	1.dapat diakses dengan mudah	interval	1-2	likert
		2. jangkauan luas		3-4	
	speed	3.menyampaikan informasi secara cepat	interval	5	likert
		4.menyampaikan informasi secara aktual		6	
		5.menyampaikan informasi yang *up to date*		7	
	amount	6.memenuhi kebutuhan informasi	interval	8-9	likert
		7.memenuhi jumlah informasi		10-11	
	cognitive effectiveness	8.memperkaya pengetahuan secara efektif	interval	12-13	likert
		9.informasi mudah untuk dipahami		14-15	
	relevance	10.kesesuaian informasi dengan kebutuhan	interval	16	likert
		11.kesesuaian penggunaan bahasa/kalimat		17	
		12.kesesuaian penggunaan gambar/foto		18	
	motivating	13.dapat memotivasi	interval	19	likert

		penerima pesan			
		14.menimbulkan hasrat/keinginan		20	
		15.menumbuhkan keyakinan		21	
pengurangan ketidakpastian informasi (variabel Y)	*passive strategies*	16.melihat informasi yang ada di *timeline* media twitter @infobdg	interval	22	likert
		17.melihat informasi berdasarkan *hashtag* yang ada di media twitter @infobdg		23	
		18.melihat informasi yang ada tanpa ada interaksi		24	
	active strategies	19.mencari informasi melalui *timeline* media twitter @infobdg	interval	25	Likert
		20.mencari informasi menggunakan *hashtag* yang ada di media twiter @infobdg		26	
		21.mencari informasi hanya melalui *timeline* dan *hashtag* tanpa mengajukan pertanyaan		27	
	interactive strategies	22.mengajukan pertanyaan mengenai informasi yang	interval	28	likert

	diinginkan kepada twitter @infobdg	
23.	memberikan informasi tentang Kota Bandung kepada twitter @infobdg	29
24.	melakukan interaksi dengan sesama pengguna media twitter @infobdg untuk mengurangi ketidakpastian informasi	30

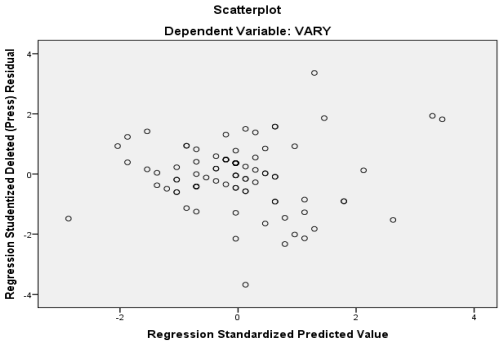
Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2014 Universitas Telkom yang berjumlah 5.748 mahasiswa. Dalam penelitian ini, cara menentukan jumlah sampel digunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan sebesar 10% sehingga didapatkan jumlah sampel sebesar 100 orang.

Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji linieritas, dan uji heterokedastisitas, analisis regresi sederhana, uji hipotesis parsial, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Dengan menggunakan *Software SPSS 21.0 for Windows* dapat diketahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Berikut hasil analisis dengan menggunakan *Software SPSS 21.0 for Windows.*

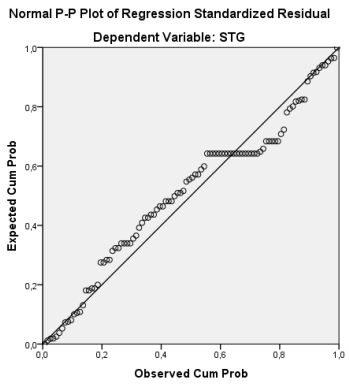


Gambar 1 Uji Normalitas

Gambar 1 menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data berdistribusi normal karena terlihat penyebaran data berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Oleh sebab itu, model regresi memenuhi uji normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, hal itu disebut heteroskedastisitas.



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa penyebaran data berada pada nilai di bawah nol dan di atas nol sehingga tidak membentuk pola tertentu dan sifat penyebaran tidak teratur. Dapat dinyatakan bahwa telah teruji pada data yang digunakan tidak terdapat heteroskedastisitas karena seluruh data memiliki kemiripan varian atau disebut homoskedastisitas.

Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel memiliki hubungan yang linear secara siginfikan atau tidak. Uji awal secara simultan pada tabel diatas menunjukan bahwa nilai signifikansi penelitian 0,000 < 0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dapat dilanjutkan pada pengujian berikutnya.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (penggunaan media twitter @infobdg) terhadap variabel terikat (pengurangan ketidakpastian informasi) yang dilakukan pada 100 responden yaitu mahasiswa angkatan 2014 Universitas Telkom.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel II dapat dirumuskan persamaan model regresi sederhana sebagai berikut.

1. Konstanta (α) = (0,966) menunjukan harga konstan. Jika variabel penggunaan media sosial = 0, nilai rata-rata pengurangan ketidakpastian informasi tetap sebesar (0,966).
2. Koefisien regresi untuk variabel bebas (X) adalah 0,645. Hal ini menunjuk-kan bahwa variabel penggunaan me-dia sosial berpengaruh positif terhadap variabel pengurangan ketidakpastian informasi. Jika variabel penggunaan media sosial ditingkatkan sebesar satu satuan, hal itu akan meningkatkan pengurangan ketidakpastian informasi sebesar 0,645.

Uji Hipotesis Parsial

Dalam penelitian ini didapatkan nilai t hitung sebesar 6,7 dan t tabel sebesar ± 1,660 sehingga Ho ditolak. Artinya, terdapat pengaruh antara penggunaan media twitter @infobdg terhadap pengurangan ketidakpastian informasi.

Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinan (R^2) dilakukan untuk melihat besaran kontribusi variabel X terhadap Y dalam bentuk persen.

TABEL III UJI LINIERITAS

Coefficients[a]

model		unstandardized coefficients		standardized coefficients	t	sig.
		B	std. error	beta		
1	(constant)	,966	,288		3,357	,001
	USG	,645	,095	,565	6,786	,000

a. dependent variable: STG

TABEL IV ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

COEFFICIENTS[A]

model		unstandardized coefficients		standardized coefficients	t	sig.
		B	std. error	beta		
1	(constant)	,966	,288		3,357	,001
	USG	,645	,095	,565	6,786	,000

$$Y = \alpha + \beta x$$

$$Y = (0, 966) + 0{,}645(x)$$

TABEL V KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary[b]

model	R	R square	adjusted R square	std. error of the estim te
1	,565[a]	,320	,313	2,433

a. predictors: (constant), VARX

b. dependent variable: VARY

Tabel di atas menunjukan nilai R sebesar 0,565 dan R square (R^2) sebesar 0,32. Hal ini berarti variabel bebas yaitu penggunaan media sosial berpengaruh sebesar 32% terhadap variabel terikat yaitu pengurangan ketidakpastian informasi. Sisanya sebesar 68% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data survei terhadap 100 responden yaitu mahasiswa angkatan 2014 Universitas Telkom, hasil penelitian menunjukan penggunaan media twitter @infobdg memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengurangan ketidakpastian informasi. Hal ini juga ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi sebesar 32% yang berarti sebesar 32% penggunaan media twitter @infobdg memengaruhi pengurangan ketidakpastian informasi dan sisanya sebesar 68% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji variabel terikat selain pengurangan ketidakpastian informasi yang tentunya sesuai dengan kajian variabel bebas dan sesuai dengan teori yang ada. Selain itu, diharapkan dapat dilakukan kajian terhadap akun sejenis selain @infobdg. Penelitian juga dapat dilakukan terhadap media sosial selain twitter yang memiliki karakteristik berbeda dan memiliki pengguna potensial karena perkembangan penggunaan media sosial selalu berubah seiring kebutuhan dan keinginan penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

Darmawan, Deni. (2012). *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi Teori dan Aplikasi.* Bandung: Rosda.

Darmawan, Aswin. (2015). "Faktor Buzz Marketing Pada Nasi Goreng Mafia Melalui Media Sosial Twitter". *Jurnal Sosioteknologi*, 72.

Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung: Rosda.

Mayfield, Antony. (2008). *What is Social Media?*.diakses pada 19 Januari 2015, pukul 15.00 dari www.icrossing.co.uk

Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda.

Nazir, Mohamad. (2005). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Safko, Lon. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. New Jersey: Willey.

Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantiatif, Kua-litatif, dan Tindakan.* Ban-dung: Refika Aditama.

West, Richard. Lynn. H. Turner. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.

Widjajanto, Kenmada. (2013). *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi.* Bandung: Ultimus