

## Daftar Pustaka

### Referensi Buku :

Banoë. (2003). *Kamus Musik*. Yogyakarta: Kanisius.

Austerberry, D. (2005). *Technology of Video and Audio Streaming*. United States: Focal Press of Elsevier Science.

Azam, M. (2018, Agustus 21). *Apa itu Joox*. Retrieved from NESABAMEDIA: <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-jox/>

Dr. Wiryanto, M. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Bucknall, J. (2012, Agustus). *The History of Streaming Media*. Retrieved from Make It (PC Plus): <http://boyetblog.s3.amazonaws.com/PCPlus/324.Streaming.pdf>

Sugiyono, D. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory*. Thousand Oaks, California, London: Sage Publications.

Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor.

Kotler, P. (2006). In P. Kotler, *Marketing Management 12e* (p. 177). New Jersey, Amerika Serikat: Pearson Prentice Hall.

(2003). In B. d. Zeithaml, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (p. 162). New York: McGraw Hill.

Zheitaml, B. d. (2003). In B. d. Zheitaml, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (p. 162). New York: McGraw Hill.

Bajari, D. A. (2015). Jenis-Jenis Penelitian. In *Metode Penelitian Komunikasi* (p. 45). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ardiyanto, E., & Erdinaya, L. K. (2004). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

McQuail, D. (1991). *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi : Konsep, Pedoman, dan Contoh*. Bandung: Widya Pajajaran.

Moeliono, M. (1993). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Ahmadi, R. (2014). *Metodologi penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. California: SAGE Publications.

Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

#### **Referensi Skripsi dan Jurnal :**

Rahadyan, Fuad Noor. (2018). *Motif, Keterlibatan, dan Penggunaan Spotify (Studi Fenomenologi Pengguna Aktif Media Streaming)*

Diambil dari :

[http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian\\_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku\\_id=159708&obyek\\_id=4](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=159708&obyek_id=4)

Dwilestari, Ghifthera. (2017). *Motif Penggunaan Aplikasi Media Sosial Bigo Live di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom.*

Diambil dari:

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/139835/slug/motif-penggunaan-aplikasi-media-sosial-bigo-live-di-kalangan-mahasiswa-jurusan-ilmu-komunikasi-universitas-telkom.html>

Setiabudi, Hartanto. (2018). *Motif Subscriber menonton Channel Youtube (Studi Deskriptif Kualitatif Motif Subscriber menonton Channel Youtube Presiden Joko Widodo)*

Diambil dari : <http://eprints.ums.ac.id/69546/>

Citra Siwi, Berlin. (2014). *Motif Mahasiswa Mendengarkan Radio Streaming (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2009 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang)*

Diambil dari : <http://eprints.umm.ac.id/25599/>

Pramiyanti, Alila. Idola Perdini Putri dan Reni Nureni. (2017). *Motif Remaja dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja di Daerah Sub-Urban Kota Bandung).*

Diambil dari : <http://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/2783>

Sri Febriani, Anisa. (2017). *Fenomena Penggunaan Aplikasi Media Sosial BIGO Live (Live Streaming) Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas.*

Diambil dari : <http://repository.unpas.ac.id/27820/>

Arissetio, Dhana. (2017). *Motivasi dan Persepsi Konsumen Terkait Atribut Produk Media Streaming Music Spotify dan Joox.*

Diambil dari :

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1912>

Putri, Sri Wulan Rahayu. (2016). *Fenomena Pengguna Musik Online Joox di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas*.

Diambil dari : <http://repository.unpas.ac.id/13402/>

Wibowo, Tangguh Okta. (2018). *Fenomena Website Streaming Film di Era Media Baru*

Diambil dari : <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/15623>

Friedlander, Mathilde B., (2017). *Streamer Motives and User-Generated Content on Social Live-Streaming Services*.

Diambil dari :

[https://www.researchgate.net/publication/320137414\\_Streamers\\_Motives\\_and\\_User-Generated\\_Content\\_on\\_Social\\_Live-Streaming\\_Services](https://www.researchgate.net/publication/320137414_Streamers_Motives_and_User-Generated_Content_on_Social_Live-Streaming_Services)

#### **Referensi Artikel Internet :**

Rahman, Adi, Fida. (2016, 30 November). *Kuasai Indonesia, Pengguna Joox Dominan Anak Muda*. Diakses pada 15 Januari 2019 pukul 16.20 dari detikinet : <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3359017/kuasai-indonesia-pengguna-joox-dominan-anak-muda>

Zebua, Ferdinand. (2018, 3 Maret). *Laporan DailySocial : Survei Layanan Streaming Musik 2018*. Diakses pada 15 Januari 2019 pukul 19:22 WIB dari DailySocialID : <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-streaming-musik-2018>