

**OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI
MEDAN TENTANG APLIKASI STREAMING MUSIK
JOOX**

SKRIPSI

Oleh :
AZURA SALSABILA
1503110201

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA
UTARA
MEDAN
2019**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **AZURA SALSABILA**
N.P.M : 1503110110
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TENTANG APLIKASI STREAMING MUSIK JOOX**

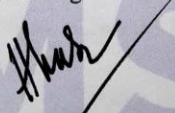
Medan, Maret 2019

Dosen Pembimbing



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


NURHASANAH NASUTION, S. Sos, M.I.Kom

Dekan,


Dr. ARIEH SALEH, S.Sos, MSP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
oleh :

Nama : AZURA SALSABILA

N P M : 1503110110

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Jum'at, 15 Maret 2019

Waktu : Pukul 07.45 s.d. selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. YAN HENDRA, M.Si

PENGUJI II : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos.,M.I.Kom

PENGUJI III : AKHYAR ANSHORI, S.Sos.,M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP



Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya AZURA SALSABILA, NPM 1503110110 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa hasil skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

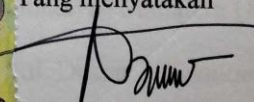
Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, Maret 2019



Yang menyatakan


Azura Salsabila

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Opini Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tentang Aplikasi Streaming Musik JOOX”** tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada yang teristimewa yaitu **Ayahanda Surya Darma, SE** dan **Ibunda Tengku Thursina Yulitha, Amd** engkau adalah orang tua nomor satu di dunia ini. Serta abang penulis **Alfi Syahri** merupakan bagian hidup penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan dari sejak penulis lahir hingga sekarang.

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. **Bapak Drs. Zulfahmi, M.Si** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. **Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. **Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. **Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom** selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan sebagai Dosen Pembimbing bagi penulis yang telah banyak membantu penulis, memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
8. Kepada Tommy Wiranata, seseorang yang selalu mendukung penulis baik dari men-support, motivasi, dan menemani penulis selama melaksanakan penelitian dan saat mengerjakan skripsi.
9. Para squad yang telah berjuang dari semester 1 sampai sekarang yang saling memberi semangat untuk cepat-cepat meraih gelar S1, karena ingin cepat dilamar oleh pangeran mereka Meisy Triana Dewi, Hanunim, Chantika Rahmadhina Putri, Irma Yunistira, Fitri. Serta, kepada Desi Irmayani yang selalu bersama dengan penulis mulai dari mengerjakan skripsi hingga bimbingan dan untuk Adinda Gita Lestari

yang telah bersedia kostnya, dijadikan tempat untuk penulis mengerjakan skripsi ini.

10. Kepada sahabat penulis sedari kecil, Kak Hena, Kak Debby, Elsa yang selalu ada ketika penulis sedang stress dalam mengerjakan skripsi mereka selalu hadir untuk menghibur.
11. Kepada Fatonah, sahabat penulis sejak sekolah menengah atas dan sahabat satu organisasi yang telah memotivasi supaya tidak malas mengerjakan skripsi agar cepat wisuda.
12. Kepada Ketua prodi dan staff Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian difakultas mereka.
13. Untuk Sindy Ayu Handari yang sudah membantu penulis dalam mengurus segala perizinan untuk melaksanakan penelitian dikampus nya dan kepada teman-temannya yang sudah bersedia untuk menjadi narasumber bagi penulis.
14. Kepada seluruh Keluarga Besar HMJ IKO FISIP Angkatan 004, PASKIBRA SMA RAKSANA MEDAN (PASRADAN) Angkatan 11, dan STAMBUK 15 FISIP UMSU.
15. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini

bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, penulis ucapkan Terima Kasih.

Medan, Maret 2019
Penulis,

Azura Salsabila

NPM : 1503110110

OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TENTANG APLIKASI *STREAMING* MUSIK JOOX

Azura Salsabila
1503110110

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Opini Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tentang Aplikasi *Streaming* Musik JOOX”. Di era digital sekarang, untuk mengakses segala sesuatu sangat lah mudah. Apalagi sekarang untuk mengakses segala sesuatu dapat dengan cara *streaming*. *Streaming* adalah pengiriman data berupa konten berbentuk video ke perangkat elektronik seperti komputer atau handphone melalui transmisi internet secara kontan. Hal ini mempengaruhi khalayak untuk menggunakan sesuatu pada brand tertentu. Aplikasi *streaming* musik JOOX adalah layanan musik *streaming* legal melalui internet dengan sentuhan personal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui opini mahasiswa/i Universitas Negeri Medan dan mengetahui keunggulan aplikasi *streaming* musik JOOX. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses & Gratification sebagai salah satu teori yang digunakan. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Wawancara dalam penelitian ini melibatkan 10 mahasiswa/i Universitas Negeri Medan yang menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa simpulannya, para informan beranggapan aplikasi *streaming* musik JOOX memiliki fungsi dalam memenuhi kebutuhan mereka dibidang musik. Kualitas suara pada aplikasi *streaming* musik JOOX juga diakui memiliki kualitas suara yang bagus. Menurut, informan fitur lirik pada aplikasi *streaming* musik JOOX dapat membantu para pengguna untuk dapat bernyanyi dengan melihat lirik tanpa harus mencari liriknya ke internet. Para informan memberikan penilaian yang baik pada aplikasi *streaming* musik JOOX. Dan pelayanan pada aplikasi *streaming* musik JOOX menjadi aplikasi unggul dari aplikasi lainnya. Karena, dengan ada nya layanan gratis VIP yang tidak dimiliki oleh aplikasi *streaming* musik lainnya.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Opini, Aplikasi *Streaming* Musik JOOX

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II : URAIAN TEORITIS	8
2.1. Komunikasi	8
2.1.1. Pengertian Komunikasi	8
2.1.2. Unsur-unsur Komunikasi	9
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	11
2.2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	11
2.3. Komunikasi Massa.....	13
2.4. Opini Publik	15
2.5. Brand	16
2.5.1. Pengertian Brand.....	16
2.5.2. Unsur-unsur Brand	17
2.6. Brand Equity	18

2.6.1. Pengertian Brand Equity	18
2.6.2. Elemen-elemen Brand Equity	20
2.7. New Media	20
2.7.1. Pengertian New Media	20
2.7.2. Manfaat New Media	21
2.8. Musik Rekaman Sebagai Media	22
2.9. JOOX	23
2.10 Teori Uses and Gratification	27
2.11. Anggapan Dasar	28
BAB III : METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Kerangka Konsep	30
3.3. Definisi Konsep	30
3.4. Kategorisasi Penelitian	34
3.5. Informan atau Narasumber	35
3.5. Teknik Pengumpulan Data	35
3.6. Teknik Analisis Data	36
3.7. Waktu dan Lokasi Penelitian	36
3.8. Deskripsi Lokasi Penelitian	37
BAB V : HASIL PENELITIAN	38
4.1. Identitas Informan	38
4.2. Hasil Penelitian	42
4.2.1. Performances	43
4.2.2. Features	44
4.2.3. Conformances With Specifications	45
4.2.4. Reliability	46
4.2.5. Serviceability	47

4.2.6. Fit and Finish	48
4.3. Pembahasan.....	49
BAB V : PENUTUP	56
5.1. Simpulan	56
5.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	25
Gambar 3.1.	29

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	26
Tabel 3.1.....	34

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era digital sekarang, untuk mengakses segala sesuatu terasa sangat lah mudah. Mulai dari mencari informasi atau mengakses segala sesuatu yang ingin kita akses. Kecanggihan teknologi juga menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan jasmani ataupun rohani bagi khalayak. Seperti zaman sekarang tidak perlu repot-repot untuk membeli kaset ke toko musik agar kita bisa menikmati lagu kesukaan kita. Sekarang zaman nya serba *streaming*, masyarakat bisa mengaksesnya dimana pun dan kapan pun. *Streaming* adalah pengiriman data berupa konten berbentuk video ke perangkat elektronik seperti komputer atau *handphone* melalui transmisi internet secara kontan. Di-Indonesia sekarang banyak aplikasi *streaming*, sebut saja beberapa aplikasi streaming musik yang sekarang sedang digemari oleh generasi milenial yaitu *Spotify, SoundCloud, Guvera, Langit Musik, Yonder Music, Apple Music dan JOOX*. Aplikasi-aplikasi ini dapat diakses melalui PC, *smartphone* maupun tablet. Dari berbagai banyaknya aplikasi *streaming* musik ada salah satu aplikasi yang sekarang masih digandrungi oleh generasi milenial yaitu aplikasi *streaming* musik JOOX.

Aplikasi *streaming* musik JOOX menawarkan kepada penggunanya agar mendapatkan konten yang berkualitas, aman dan legal. Persaingan aplikasi *streaming* musik sangatlah pesat. Banyak aplikasi *streaming* musik yang menawarkan konten-konten yang berkualitas agar dapat bersaing di pasar industri. Setiap aplikasi bersaing memunculkan fitur-fitur yang berbeda agar menjadi daya

tarik bagi aplikasi *streaming* tersebut. Perbedaan atau inovasi yang ditampilkan oleh setiap aplikasi menjadi penilaian untuk pengguna agar mengunduh aplikasi tersebut.

Dengan ini aplikasi *streaming* musik JOOX merupakan aplikasi yang memiliki daya tarik bagi kaum milenial. Dikarenakan, setiap musisi yang mengeluarkan lagu baru pasti akan dipublikasikan ke aplikasi *streaming* musik terlebih dahulu daripada menerbitkannya dalam bentuk CD/DVD. Dengan adanya aplikasi *streaming* musik, pengguna memiliki banyak pilihan musik. Mulai dari genre Pop, Jazz, Edm, Dangdut, Rock, Indie, RnB dan lain-lain. Banyak genre musik yang dapat dinikmati dan mudah untuk diakses maka masyarakat lebih memilih untuk *streaming* musik daripada harus mendengarkannya melalui CD/DVD. Tidak hanya banyak genre, pengguna juga bisa dengan mudah mencari musisi atau lagu yang ingin didengarnya dengan cara gampang dan langsung tersedia.

Tidak hanya menyuguhkan bermacam genre musik aplikasi *streaming* musik juga menciptakan fitur yang gampang agar mempermudah penggunaannya untuk memakai aplikasi *streaming* musik tersebut. Seperti aplikasi *streaming* musik JOOX beroperasi di bawah model *freemium*. Selain untuk mendengarkan musik secara *streaming*, aplikasi *streaming* musik JOOX juga dapat digunakan sebagai *music player*. Aplikasinya mampu mengenali *file* musik yang tersimpan di *smartphone* penggunaannya, sehingga pengguna tidak perlu berganti aplikasi untuk mendengarkan musik yang sudah mereka punya.

Aplikasi *streaming* musik JOOX dirancang dengan memerhatikan koneksi internet di-Indonesia, Ada empat pilihan kualitas audio yang bisa didengarkan. Kualitas paling tinggi memiliki ukuran *file* hingga 10 MB. Selain itu, cukup banyak fitur yang diusung oleh layanan ini. Mulai dari *Offline Play* untuk mendengarkan musik saat sedang tidak tersambung ke internet, *Timer* yang akan mematikan aplikasi secara otomatis saat pengguna tertidur, hingga *Radio* yang berisi *playlist* hasil kurasi para profesional di industri musik tanah air. Dalam waktu kurang dari sepekan sejak diluncurkan, aplikasi musik *streaming* JOOX telah berhasil menempati peringkat pertama pada Apple Store untuk semua kategori dan Google Play untuk kategori musik (Jeghesta, 2015; dalam Leonardo, 2016: 34).

Namun, dengan ada nya *streaming* bukan berarti semua nya dapat menjadi mudah. Karena ada beberapa aplikasi *streaming* musik yang membuat fitur berbayar dalam aplikasi nya. Banyak orang yang lebih memilih untuk mengunduh musik secara ilegal dari pada harus membayar aplikasi demi sekedar untuk mendengarkan musik. Dengan mudah internet orang dengan mudah mengakses website atau link download lagu secara ilegal. Menurut survey *DailySocial* yang bekerjasama dengan *JakPat Mobile Survey Platform*, sebanyak 1955 responden dari berbagai wilayah di-Indonesia dilibatkan. Beberapa temuan menarik dalam survei. 85% responden menyatakan mendengarkan *streaming* musik online secara regular dalam enam bulan terakhir. 52% responden berlangganan layanan *streaming* musik berbayar. Layanan *streaming* musik berbayar paling digunakan yaitu JOOX, yang digunakan oleh 70,37% responden. 56,12% responden

mengaku menggunakan layanan *streaming* gratis dari penyedia jasa internet atau layanan telepon seluler mereka. (*dailysocial.id*)

Tetapi ada beberapa orang yang rela menggunakan aplikasi berbayar dengan alasan lebih mudah dan efisien. Orang-orang yang rela untuk membayar aplikasi akan jauh mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari pada orang menggunakan aplikasi tidak berbayar. Merek juga menjadi alasan utama bagi orang-orang untuk menggunakan aplikasi tersebut. Orang menggunakan aplikasi tersebut karena merek aplikasi tersebut sudah terkenal dan banyak digunakan orang-orang sebagai salah satu tunjangan dalam *lifestyle* mereka. Tidak hanya merek kualitas juga menjadi salah satu pertimbangan bagi orang-orang yang mau untuk membayar aplikasi tersebut.

Berdasarkan penjelasan mengenai fenomena banyak nya persaingan aplikasi *streaming* musik dan kualitas yang dapat dinikmati oleh pengguna maka penting untuk dilakukan penelitian. Agar mengetahui opini orang yang pernah menggunakan aplikasi streaming musik JOOX tentang kualitas, keunggulan, serta alasan mereka menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Opini Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tentang Aplikasi *Streaming* Musik JOOX.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana Opini Mahasiswa Universitas Negeri Medan tentang Aplikasi *Streaming* Musik JOOX ?

1.3. Pembatasan Masalah

Sesuai dengan masalah penelitian yang dirumuskan diatas, berikut adalah penelitian merumuskan pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup penelitian ini :

Dengan maksud agar permasalahan yang akan diteliti menjadi jelas, terarah dan tidak terlalu luas sehingga dapat dihindari adanya salah pengertian atau kesalahpahaman tentang masalah penelitian.

Oleh karena itu masalah penelitian terbatas pada:

- 1) Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan semester IV (empat).
- 2) Penelitian ini menggunakan objek analisa utama adalah Aplikasi *Streaming* Musik JOOX

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui opini mahasiswa Universitas Negeri Medan tentang aplikasi *streaming* musik JOOX.
- 2) Untuk mengetahui keunggulan dari aplikasi *streaming* musik JOOX berdasarkan penilaian mahasiswa Universitas Negeri Medan tentang aplikasi *streaming* musik JOOX

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Secara akademis, sebagai syarat utama memperoleh gelar sarjana bagi mahasiswa dan dapat memperkaya pengetahuan di kalangan FISIP UMSU dan menjadi sumber bacaan dilingkungan FISIP UMSU khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi.
- b. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan referensi yang bermanfaat dalam bidang Komunikasi Pemasaran.
- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran dan masukan bagi banyak pihak yang ingin melakukan penelitian serupa.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan, berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II Uraian teoritis yang menguraikan tentang komunikasi, komunikasi pemasaran, komunikasi massa, opini publik, brand, brand equity, new media, musik rekaman sebagai media, JOOX dan teori uses & gratification.

BAB III Berisikan persiapan dan pelaksanaan menguraikan tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi Konsep, Informan atau Narasumber, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Waktu dan Lokasi Penelitian dan Deskripsi Lokasi Penelitian.

BAB IV Analisa hasil penelitian, pada penelitian ini berisikan Identitas Informan, Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V Penutup, berisikan simpulan akhir dan saran – saran bagaimana seharusnya terhadap permasalahan yang ada.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang telah dilakukan oleh manusia sejak manusia itu dilahirkan. Namun ilmu komunikasi yang dikaji saat ini, sebenarnya merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Di karenakan, komunikasi merupakan ilmu yang dikaji berdasarkan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang, maka defenisi mengenai komunikasi itu sangat beragam. Komunikasi memiliki banyak arti, serta banyak yang mendefinikan pengertian komunikasi dan banyak juga para ahli yang mendefinisikannya. Menurut Stephen Littlejohn (dalam Morissan, 2013) mengatakan “Communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, posses numerous meanings”, komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata “komunikasi” bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti.

Selanjutnya, adapun pengertian komunikasi menurut Sopiah (2008:141) mendefinisikan bahwa “Komunikasi sebagai penyampaian atau pertukaran informasi dari pengirim, baik secara lisan, tertulis maupun menggunakan alat komunikasi”. Pertukaran informasi yang terjadi di antara pengirim dan penerima tidak hanya dilakukan dalam bentuk lisan maupun tulisan, tetapi menggunakan alat komunikasi canggih.

Menurut Hani (2009:272) menyatakan “Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain”. Pemindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan sebagainya.

2.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam komunikasi, komunikasi memiliki unsur-unsur yang mempengaruhi dalam proses berkomunikasi (dalam Tresna, 2018), yaitu :

a. Sumber

Sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, seperti : komunikator, pengirim, narasumber.

b. Pesan

Pesan ialah pertanyaan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pertanyaan bisa dalam bentuk verbal (lisan/tertulis) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima.

c. Saluran atau Media

Saluran dan media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima pesan. Media dalam pengertian ini bisa berupa media massa yang terdiri dari televisi, radio, internet, surat kabar.

d. Penerima

Penerima ialah pihak yang menjadi target sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima.

e. Pengaruh / Efek

Pengaruh atau efek ialah perubahan atau penguatan keyakinan pada penerimaan sumber dari pengiriman pesan dari pengirim. Atau bisa diartikan sebagai akibat atau dampak dari penyampaian pesan.

f. Umpan Balik

Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber.

2.2. Komunikasi Pemasaran

2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran

Menurut Marolop (2011:4) Komunikasi pemasaran (dagang) adalah cara bagaimana penjual memperkenalkan produknya atau barangnya yang akan dijual ketempat pemasaran tertentu (Target Market). Untuk melakukan dengan cara efektif, diperlukan suatu media yang dapat menampung dan menyampaikan pesan kepada orang-orang yang ada dipasar untuk dipengaruhi agar membeli produknya. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan atau produknya agar bersedia menerima dan membeli loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Media yang biasa digunakan antara lain : Iklan langsung; pameran dagangan (*trade of purchase*, media cetak, media elektronik dan lain-lain).

Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika atau AMA (The American Marketing Association) mendefinisikan pemasaran sebagai “The Proses of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods, and

services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives”.

(Proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu serta tujuan organisasi) (Morissan, 2010:3).

2.2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran

Menurut Suryanto (2015:523) komunikasi pemasaran mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a. Menyebabkan informasi dari suatu produk (komunikasi informatif), misalnya tentang harga, distribusi dan lain-lain.
- b. Memengaruhi untuk melakukan pembelian atau menarik konsumen pesaing untuk beralih merek (komunikasi persuasif).
- c. Meningkatkan audiens untuk melakukan pembelian ulang (komunikasi meningkatkan kembali).

2.2.3. Bauran Komunikasi Pemasaran

Bauran komunikasi pemasaran (*marketing, communication mix*) juga disebut bauran promosi (*promotion mix*). *Promotion mix* atau bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Unsur-unsur tersebut merupakan alat dari komunikator pemasaran (perusahaan) dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

Menurut Kotler & Keller dalam Hermawan, (2012) bauran komunikasi pemasaran terdiri dari delapan model komunikasi utama, yaitu :

a. Iklan

Iklan merupakan model komunikasi yang dapat menjangkau publik secara luas dan dapat juga digunakan untuk membangun citra jangka panjang dan juga mempercepat quick sales.

b. Promosi Penjualan

Promosi penjualan berfungsi sarana komunikasi, dimana alat promosi ini merupakan sarana untuk menarik perhatian dan memberikan informasi yang akhirnya mengarahkan konsumen ke produk.

c. Acara dan Pengalaman

Kegiatan dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan intraksi harian atau interaksi yang berhubungan dengan merek tertentu.

d. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Menurut Internasional Public Association (dalam Hermawan, 2012:152) humas adalah fungsi manajemen yang memiliki ciri yang terencana dan kelanjutan melalui organisasi dan lembaga pemerintah (public) atau swasta untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik.

William G. Nickles (dalam Hermawan, 2012: 107) mendefinisikan penjualan personal (personal selling) adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, dan mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

2.3. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa berasal dari istilah bahasa Inggris, yaitu kata “*mass communication*”. Artinya, adalah komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau merubah perilaku penerimaan pesan. Sedangkan, Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

Definisi komunikasi massa, menurut Meletzke diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada public yang tersebar (Romli, 2016:2). Komunikasi massa menurut Fredison dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagai khusus populasi. Komunika massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. (Romli, 2016).

Definisi lain pernah dikemukakan oleh Josep A. Devito yakni “*First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication is perhaps most easily and most logically defined by its television, radio, newspaper, magazines, films, books, tapes*”.

Jika diterjemahkan secara bebas bisa berarti, “*Pertama*, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. *Kedua*, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemcar-pemancar yang audio dan visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita). (dalam Nurudin, 2014)

Sementara itu, menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney disebutkan “*Mass communication is a process whereby mass-produced messages are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers* (Komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen). (dalam Nurudin, 2014).

2.4. Opini Publik

Opini publik menurut William Albiq adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini public merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. Menurut Emory S. Bogardus dalam buku *The Making of Public Opinion* beliau mengatakan opini public hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan didalam masyarakat demokrasi. Opini publik bukan merupakan seluruh jumlah pendapat individu-individu yang dikumpulkan. (dalam Olli, 2007:20)

Mereka yang memiliki pandangan minoritas biasanya cenderung untuk berhati-hati dalam berbicara atau bahkan diam saja. hal ini akan memperkuat pandangan publik bahwa pendapat mereka lemah. Dalam hal ini, teori spiral kebuisan berada di persimpangan jalan antara opini publik dan media. Suatu “opini” adalah pernyataan dari sikap dan opini dapat berubah-ubah dalam hal intensitas dan stabilitasnya. Noelle-Nuemann menyatakan bahwa opini adalah derajat persetujuan atau derajat kesepakatan dari suatu masyarakat tertentu. Menurutnya, dalam proses spiral kebuisan opini adalah sama atau sinonim sebagai suatu yang dipandangan dapat diterima. (dalam Morissan, 2013)

Menurut Cutlip dan Center menjelaskan opini adalah pernyataan tentang sikap mengenai masalah tertentu yang bersifat kontroversial. Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang kontroversial yang menimbulkan pendapat berbeda-beda. (dalam Olli, 20011:33).

Sedangkan, opini individu muncul sebagai akibat persepsi-persepsi yang timbul terhadap suatu permasalahan yang terjadi di masyarakat. Opini berdasarkan penafsiran setiap individu atau setiap orang akan berbeda pandangannya terhadap suatu masalah. Opini tersebut bisa setuju atau tidak setuju, atau menimbulkan pro dan kontra. Dengan demikian, akan diketahui bahwa orang lain yang sependapat dan ada yang tidak sependapat dengannya setelah ia memperbincangkannya dengan orang lain. Jadi, opini publik merupakan perpaduan dari opini-opini individu. (Syahputra, 2018)

Opini publik dari Segi Ilmu Komunikasi (dalam Olli, 2007:22). Komunikasi mengenai soal-soal tertentu apabila dibawa dalam bentuk tertentu kepada orang-orang tertentu akan memberi efek tertentu pula. Komunikasi yang ada diadakan dan ditunjukkan kepada persoalan tertentu akan menghasilkan interpretasi dan pernyataan-pernyataan tertentu, akan ditemukan *unsur aktualitasnya*. Tindakan komunikasi membawa persoalan kepada orang-orang dengan harapan akan memperoleh tanggapan atau umpan balik. Disini letak persamaan dengan Opini W. Doob mengenai opini publik yaitu opini publik yang actual (*actual public opinion*).

2.5. Brand

2.5.1. Pengertian Brand

Menurut Aaker dan Joachimstahler (dalam Ferrinadewi, 2013:137), produk meliputi karakteristik cakupan fungsi produk, atribut produk, kualitas untuk nilai-nilai, kegunaan serta manfaat fungsional. Merek memiliki karakteristik yang lebih luas daripada produk yaitu citra pengguna produk, *country of origin*, asosiasi

perusahaan, brand personality, simbol-simbol dan hubungan merek / pelanggan. Selain itu merek juga dapat menghantarkan manfaat tambahan seperti manfaat ekspresi diri pengguna dan manfaat emosional.

Menurut Kontler dan Armstrong juga Keller (dalam Ferrinadewi, 2013:137) berpendapat bahwa merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi keseluruhannya, yang ditunjukkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan sekaligus sebagai diferensiasi produk.

Sementara, menurut Keegan et al (dalam Ferrinadewi, 2013:137) berpendapat bahwa merek adalah sejumlah citra dan pengalaman dalam benak konsumen yang mengkonsumsi manfaat yang dijanjikan produk yang diproduksi oleh perusahaan tertentu. Definisi Keegan et al, lebih bersifat psikologi.

2.5.2. Unsur-Unsur Brand

Adapun unsur-unsur dalam pembentukan *brand* yang dikenal dengan 8C antara lain: (dalam Tresna, 2018)

- a. *Customer*, yaitu memfokuskan pada pelanggan
- b. *Contact*, yaitu menguasai seluruh bagian yang dapat dihubungi.
- c. *Control*, yaitu memberikan batasan engan apa yang harus dilakukan.
- d. *Clarity*, yaitu visi dan penawaran yang jelas memiliki tujuan.
- e. *Coherence*, yaitu memiliki suara yang sama untuk mencapai suatu tujuan bersama.
- f. *Consistency*, yaitu mempertahankan suatu pesan dalam waktu, wilayah setara produk, dan media selama iklan.
- g. *Commitment*, yaitu perlunya memiliki sikap selalu berpikir.

h. *Communicate*, yaitu memberikan semangat brand kepada semua.

2.6. Brand Equity

2.6.1. Pengertian Brand Equity

Menurut Aaker dan Joachimstahler (dalam Ferrinadewi, 2013:137), produk meliputi karakteristik cakupan fungsi produk, atribut produk, kualitas untuk nilai-nilai, kegunaan serta manfaat fungsional. Merek memiliki karakteristik yang lebih luas daripada produk yaitu citra pengguna produk, *country of origin*, asosiasi perusahaan, brand personality, simbol-simbol dan hubungan merek / pelanggan. Selain itu merek juga dapat menghantarkan manfaat tambahan seperti manfaat ekspresi diri pengguna dan manfaat emosional.

Kamarudin (2015), ekuitas merek (*brand equity*) adalah sekumpulan asset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan dengan suatu merek, nama dan simbolnya yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah barang atau jasa kepada perusahaan atau pelanggan perusahaan.

Ekuitas merek (*brand equity*) memberikan nilai bagi konsumen yang bisa mempengaruhi rasa percaya diri dalam mengambil keputusan pembelian. Menurut Hana dan Mozniak (dalam Ketamukti, 2015:93) dalam buku *Aura merek* (Simamora, 2003: 93) ekuitas merek adalah nilai tambah yang diberikan merek pada produk. Sepanjang nilai tambah ada, maka merek memiliki ekuitas. Jadi, mereka melihat ekuitas merek sebagai nilai positif.

Menurut Knapp (dalam Artaji, 2014), “Ekuitas merek sebagai totalitas dari persepsi merek, mencakup kualitas relative dari produk dan jasa, kinerja

keuangan, loyalitas pelanggan, kepuasan dan keseluruhan penghargaan terhadap merek”.

Menurut Davis (dalam Lubis, 2018), merek yang kuat (ekuitas merek) memperoleh manfaat sebagai berikut :

- 1) Loyalitas memungkinkan terjadinya transaksi / transaksi berulang atau jika konsumen tersebut merupakan committed buyer, tidak hanya berhenti pada pembelian ulang, namun konsumen tersebut juga dapat menganjurkan / merekomendasikannya pada orang lain.
- 2) Merek yang kuat memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi (premium), yang berarti margin yang lebih tinggi bagi perusahaan.
- 3) Merek yang kuat akan memberikan kredibilitas pada produk lain yang menggunakan merek tersebut.
- 4) Merek yang kuat memungkinkan return yang lebih tinggi.
- 5) Merek yang kuat memungkinkan diferensiasi relative dengan pesaing yang jelas, bernilai, dari berkesinambungan
- 6) Merek yang kuat memungkinkan fokus internal yang jelas.
- 7) Merek yang kuat dapat menciptakan toleransi konsumen terhadap kesalahan produk atau perusahaan, melalui loyalitas yang tinggi terhadap merek tersebut.
- 8) Merek yang kuat menjadi faktor yang menarik karyawan-karyawan berkualitas sekaligus mempertahankan karyawan-karyawan (yang puas).
- 9) Merek yang kuat dapat menarik konsumen untuk hanya menggunakan faktor merek dalam pengambilan keputusan pembelian.

2.6.2. Elemen-elemen Ekuitas Merek (Brand Equity)

Ekuitas merek (*brand equity*) memberikan nilai bagi konsumen yang bisa mempengaruhi rasa percaya diri dalam mengambil keputusan pembelian. Menurut Hana dan Wozniak (dalam Artaji, 2014), "Ekuitas merek adalah nilai tambah yang diberikan merek kepada produk. Ekuitas itu dianggap ada jika merek itu memberikan nilai tambah, jika tidak memberikan nilai tambah apalagi jika dapat mengurangi nilai produk berarti tidak ada ekuitas merek".

Menurut Knapp (dalam Artaji, 2014), "Ekuitas merek sebagai totalitas dari persepsi merek, mencakup kualitas relatif dari produk dan jasa, kinerja keuangan, loyalitas pelanggan, kepuasan dan keseluruhan penghargaan terhadap merek".

Menurut Aaker (dalam Kamarudin, 2015) Ekuitas merek (*brand equity*) terdiri dari empat elemen yaitu :

- 1) Kesadaran Merek (*Brand Awareness*)
- 2) Asosiasi Merek (*Brand Association*)
- 3) Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*)
- 4) Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*)

2.7. New Media

2.7.1. Pengertian New Media

Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam (McQuail, 2011:42) Kesan awal yang muncul dari konsep media baru sering diartikan secara sederhana sebagai media interaktif yang menggunakan perangkat dasar komputer. Sejauh ciri utama dari media baru yang paling utama

adalah kesaling terhubungan, aksesnya terhadap khalayak, individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada dimana-mana (McQuail, 2011:43).

Menurut Poster (dalam McQuail, 2011:151), internet menggabungkan radio, film, dan televisi dan menyebarkannya melalui teknologi tekan (*push*). Media baru mengabaikan batasan pencetakan dan model penyiaran dengan (1) memungkinkan terjadinya percakapan antar-banyak pihak, (2) memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, (3) mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya, dari hubungan kewilayahan dari modernisasi, (4) menyediakan kontak global secara isntan, dan (5) memasukkan subjek modern / akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.

2.7.2. Manfaat New Media

Berikut ini ada beberapa manfaat *new media* adalah sebagai berikut : (dalam Tresna, 2018)

a. Bidang Sosial

Dalam bidang ini banyak menyita perhatian masyarakat misalnya saja berbagai macam jejaring sosial yang sekarang di minati masyarakat seperti facebook, twitter, skype, yahoo messenger, myspace, hello dll. Dengan menggunakan jejaring sosial ini dengan mudah dapat menjalin komunikasi dengan semua user dibelahan dunia manapun.

b. Bidang industri/dagang

Dalam bidang ini memudahkan bagi siapa pun yang ingin menawarkan / mempromosikan produk tertentu sehingga tidak susah susah untuk membuka toko dan promosi langsung didepan konsumen, melalui *new media* pedagang dapat mempromosikan produknya melalui membuka onlineshop, bisa melalui facebook, twitter atau kaskus.

c. Bidang Pendidikan

Dalam bidang ini sangat memudahkan bagi pelajar maupun pengajar dalam mendapatkan materi yang diinginkan. Bisa melalui search engine kita bisa mendapatkan segala informasi, atau dengan fasilitas E-book, fasilitas email juga bisa membantu dalam proses mengerjakan tugas atau saling tukar informasi.

d. Bidang Lowongan Kerja

Dalam bidang ini bagi yang ingin mencari pekerjaan cukup searching di internet lalu mendaftar secara online bahkan bisa mengikuti tes masuk secara online juga, tidak perlu lagi susah payah datang dari kantor ke kantor.

2.8. Musik Rekaman Sebagai Media

Musik merupakan ilmu atau seni menyusun nada atau suara diutarakan, kombinasi dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai keseimbangan dan kesatuan, nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu dan keharmonisan (terutama yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu) (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1990:602; dalam Andhani, 2014).

Menurut McQuail, musik rekaman memiliki karakteristik tertentu yaitu memiliki teknologi yang selalu menyertainya, yang membuat pesan tersebar (diseminasi) dengan cepat, misalnya lewat internet, ke berbagai perangkat teknologi komunikasi lainnya, misalnya iPod dan lain sebagainya. Musik rekaman juga erat kaitannya dengan internasionalisasi, memiliki *audience* yang relative muda, serta memiliki organisasi yang terbagi atas beberapa fragmen yang saling berhubungan satu sama lain. Tidak hanya itu, musik rekaman juga terkenal akan regulasinya yang tidak terlalu ketat, berpotensi subversif dan memiliki tingkat penerimaan yang beranekaragam dalam artian musik rekaman memiliki sentuhan personal yang memberikan pengalaman berbeda dari pendengar satu ke pendengar yang lainnya (subjektif). Musik rekaman juga tidak mengenal batas waktu penggunaan, seperti juga produk media lainnya yang tidak mengenal batas waktu, konten media, ketika dikonsumsi berulang-ulang justru semakin berharga karena memunculkan, *added value* (dalam Nurhani, 2013:7-8).

2.9. JOOX

JOOX berasal dari kata “*jukebox*” merupakan layanan musik *streaming* legal melalui internet dengan sentuhan personal yang diluncurkan oleh *Tencent Holdings Ltd* asal Shenzhen, Tiongkok, yang merupakan perusahaan dibalik *instant messaging* WeChat yang diciptakan oleh Benny Ho. Tersedia dalam bentuk *mobile app* (Android dan iOS) dan situs web. Pengguna dapat menikmati lebih dari dua juta lagu dan playlist pilihan lokal dan internasional secara gratis, serta mengunduhnya untuk didengarkan secara offline.

Setelah sukses di Hongkong dan Malaysia JOOX secara resmi diluncurkan di-Indonesia pada bulan Oktober 2015. Dengan mengusung slogan “**Live Your Music**”, JOOX menggandeng beberapa label rekaman, termasuk label lokal, seperti Universal Music, Warner Music, Musica Studio, dan Trinity Production. (*id.wikipedia/wiki/JOOX*).

a. Fitur-fitur JOOX

Selain dari pada promosinya yang besar-besaran. JOOX juga memiliki fitur-fitur andalan yang menjadikan aplikasi ini lebih banyak diminati dipasar Indonesia khususnya di Asia. Berikut merupakan fitur-fitur pada JOOX (Rachmatunnisa, 2017 dalam Lubis, 2018) :

- Akses Gratis : ada namun akses lagu terbatas.
- Free Trial : 30 hari.
- Berlangganan : Rp. 25.000 per minggu atau Rp. 49.000 per bulan.
- Keuntungan berlangganan : akses tidak terbatas, diputar secara offline, ada fitur lirik lagu.
- Metode pembayaran : Kartu kredit, Play Store & Apple Store, billing Telkomsel, Kode kupon.
- Koleksi : lebih dari 5 juta lagu.
- Kualitas audio : hingga 320kbps.
- Aplikasi : iOS, Android, Web.

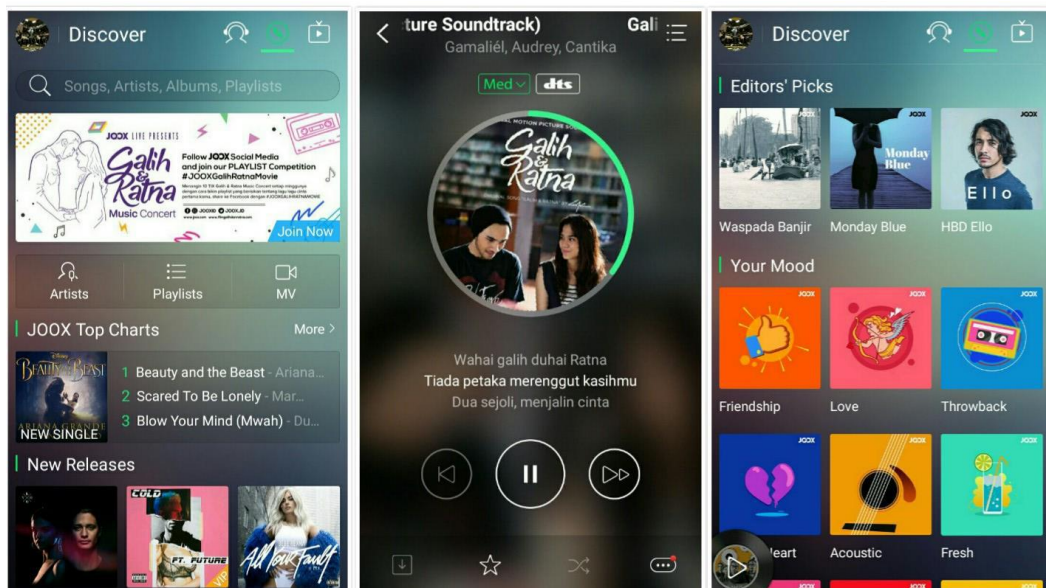
b. Tampilan

Cara mendaftar JOOX sangat mudah. Pengguna ini bisa mendaftar menggunakan e-mail atau menggunakan aplikasi WeChat dan Facebook. Secara

tampilan, interface JOOX terlihat lebih berwarna dan atraktif dibandingkan aplikasi *streaming* musik lainnya.

Gambar 2.1

Tampilan Aplikasi *Streaming* Musik JOOX



(Sumber: www.inet.detik.com)

c. Katalog Musik

Katalog musik milik JOOX tidak sebanyak aplikasi *streaming* musik lainnya. Sebagai pendaatang baru, JOOX memang harus mengakui kalau aplikasi *streaming* musik lainnya lebih lama di ranah *streaming* musik dan lebih kaya untuk urusan katalog lagu.

Meski demikian, JOOX berupaya mengakomodirnya dengan menyediakan sejumlah kategori. Untuk memikat para penggunanya, JOOX juga melokalisasi layanan dengan menawarkan katalog *Local Flavor*.

Tambahan, JOOX juga memiliki fitur lirik di mobile. Untuk urusan ini, JOOX sukses mengambil hati pengguna yang hobi mendengarkan musik sambil bernyanyi menghafalkan liriknya.

d. Kualitas Suara

Kualitas suara JOOX cukup bagus, meski tidak sebagus dengan aplikasi *streaming* musik lainnya. JOOX menyediakan pengaturan kualitas suara dengan kualitas *low*, *medium*, dan *high*.

Tabel 2.1

Kualitas Suara pada Aplikasi *Streaming* Musik JOOX

Level Suara	<i>Bitrate</i>	Jumlah Data Yang Digunakan
<i>Low</i>	64 kbps	0.5 – 1 MB/lagu
<i>Normal</i>	96 kbps	1 – 2 MB/lagu
<i>Medium</i>	128 kbps	3 – 4 MB/lagu
<i>High</i>	192 kbps	7 – 10 MB/lagu

(Sumber: www.creativedisc.com)

e. Sinkronisasi

Untuk mendukung sinkronisasi mobilitas, JOOX memiliki fitur sinkronisasi yang tidak ribet. Dengan sinkronisasi yang mudah, semua lagu yang ada di akun kita akan tersimpan di semua perangkat secara otomatis.

f. Berlangganan

Untuk berlangganan, JOOX menerapkan skema biaya Rp. 25.000 per minggu atau bisa juga berlangganan bulanan sebesar Rp. 49.000 hingga Rp. 509.000 per tahun. Ada juga fitur free trail layanan VIP selama satu bulan bagi pengguna baru.

Tetapi, JOOX juga menyediakan layanan VIP gratis selama 12 jam. Syaratnya dengan meng-upload lagu yang akan kita dengarkan ke akun Facebook atau WeChat. Secara tidak langsung, pengguna menjadi media untuk mempromosikan aplikasi tersebut di sosial media.

2.10. Teori Uses & Gratification

Menurut Riley and Riley (dalam Ardial, 2014) dalam teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa seseorang menggunakan media massa demi tujuan yang berbeda. Perbedaan penggunaan ini melahirkan tingkat kepuasan penerima informasi yang pada gilirannya menghasilkan efek yang berbeda-beda. Perbedaan dan efek kepuasan itu sangat berkaitan dengan tujuh faktor, sebagai berikut :

- 1) Kondisi sosial dan psikologi individu
- 2) Kebutuhan yang relative permanen
- 3) Harapan-harapan
- 4) Jenis media atau sumber-sumber
- 5) Perbedaan kebiasaan pemberitaan dari media
- 6) Kebutuhan akan kepuasan
- 7) Konsekuensi-konsekuensi yang lain

Pengguna (*uses*) sering diidentifikasi berdasarkan motifnya, sehingga istilahnya disejajarkan dengan “fungsi”, antara lain fungsi pendidikan (*education*), informasi (*information*), hiburan (*entertainment*), dan fungsi mempengaruhi (*persuasive*).

Menurut Swanson (dalam Rakhmat, 2004: 65) model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada khalayak, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan terhadap khalayak media. Khalayak yang dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sinilah timbul istilah *uses and gratification*, yaitu penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); komunikasi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan khalayak sebenarnya keras kepala (*stubborn*). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologi, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.

2.11. Anggapan Dasar

Adapun anggapan dasar yang melandasi pada penelitian ini adalah :

Adanya opini mahasiswa/i tentang aplikasi *streaming* musik JOOX.

BAB III

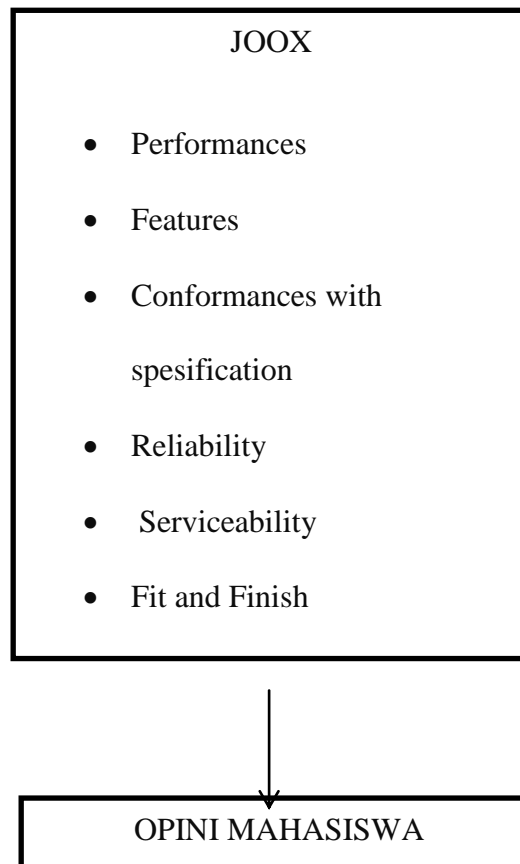
METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2010), masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan berkembang atau berganti setelah peneliti berada di lapangan. Dalam penelitian kualitatif akan terjadi tiga kemungkinan terhadap masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Yaitu, (1) masalah yang dibawa oleh peneliti tetap, sejak awal sampai akhir penelitian sama, sehingga judul proposal dengan judul laporan penelitian sama; (2) masalah yang dibawa peneliti setelah memasuki penelitian berkembang, yaitu diperluas atau diperdalam masalah yang telah disampaikan dan tidak terlalu banyak perubahan sehingga judul penelitian cukup disempurnakan; dan (3) masalah yang dibawa peneliti setelah memasuki lapangan berubah total sehingga harus mengganti masalah, sebuah judul proposal dengan penelitian yang tidak sama dan sehingga judulnya diganti.

3.2. Kerangka Konsep

Gambar 3.1



3.3. Definisi Konsep

3.3.1. Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang telah dilakukan oleh manusia sejak manusia itu dilahirkan. Namun ilmu komunikasi yang dikaji saat ini, sebenarnya merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Di karenakan, komunikasi merupakan ilmu yang dikaji berdasarkan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang, maka defenisi mengenai komunikasi itu sangat beragam. Komunikasi memiliki banyak arti, serta banyak yang mendefinikan pengertian komunikasi.

3.3.2. Komunikasi Pemasaran

Menurut Marolop (2011:4) Komunikasi pemasaran (dagang) adalah cara bagaimana penjual memperkenalkan produknya atau barangnya yang akan dijual ketempat pemasaran tertentu (Target Market). Untuk melakukan dengan cara efektif, diperlukan suatu media yang dapat menampung dan menyampaikan pesan kepada orang-orang yang ada dipasar untuk dipengaruhi agar membeli produknya. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan atau produknya agar bersedia menerima dan membeli loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Media yang biasa digunakan antara lain : Iklan langsung; pameran dagangan (*trade of purchase*, media cetak, media elektronik dan lain-lain).

3.3.3. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa berasal dari istilah bahasa Inggris, yaitu kata “*mass communication*”. Artinya, adalah komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau merubah perilaku penerimaan pesan. Sedangkan, Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

3.3.4. Opini Publik

Opini publik menurut William Albiq adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini public merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. Menurut Emory S. Bogardus dalam buku *The Making of Public Opinion* beliau mengatakan opini public hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan didalam masyarakat demokrasi. Opini publik bukan merupakan seluruh jumlah pendapat individu-individu yang dikumpulkan. (dalam Ollie, 2007:20)

3.3.5. Brand

Menurut Aaker dan Joachimstahler dalam (Ferrinadewi, 2013:137), produk meliputi karakteristik cakupan fungsi produk, atribut produk, kualitas untuk nilai-nilai, kegunaan serta manfaat fungsional. Merek memiliki karakteristik yang lebih luas daripada produk yaitu citra pengguna produk, *country of origin*, asosiasi perusahaan, brand personality, simbol-simbol dan hubungan merek / pelanggan. Selain itu merek juga dapat menghantarkan manfaat tambahan seperti manfaat ekspresi diri pengguna dan manfaat emosional.

3.3.6. Brand Equity

Menurut Aaker dan Joachimstahler dalam (Ferrinadewi, 2013:137), produk meliputi karakteristik cakupan fungsi produk, atribut produk, kualitas untuk nilai-nilai, kegunaan serta manfaat fungsional. Merek memiliki karakteristik yang lebih luas daripada produk yaitu citra pengguna produk, *country of origin*, asosiasi perusahaan, brand personality, simbol-simbol dan hubungan merek / pelanggan.

Selain itu merek juga dapat menghantarkan manfaat tambahan seperti manfaat ekspresi diri pengguna dan manfaat emosional.

3.3.7. New Media

Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam (McQuail, 2011:42) Kesan awal yang muncul dari konsep media baru sering diartikan secara sederhana sebagai media interaktif yang menggunakan perangkat dasar komputer. Sejauh ciri utama dari media baru yang paling utama adalah kesaling terhubungan, aksesnya terhadap khalayak, individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada dimana-mana (McQuail, 2011:43).

3.3.8. Musik Rekaman Sebagai Media

Musik merupakan ilmu atau seni menyusun nada atau suara diutarakan, kombinasi dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai keseimbangan dan kesatuan, nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu dan keharmonisan (terutama yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu) (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1990:602; dalam Andhani, 2014).

3.3.9. JOOX

JOOX berasal dari kata “*jukebox*” merupakan layanan musik *streaming* legal melalui internet dengan sentuhan personal yang diluncurkan oleh *Tencent Holdings Ltd* asal Shenzhen, Tiongkok, yang merupakan perusahaan dibalik *instant*

messaging WeChat yang diciptakan oleh Benny Ho. Tersedia dalam bentuk *mobile app* (Android dan iOS) dan situs web. Pengguna dapat menikmati lebih dari dua juta lagu dan playlist pilihan lokal dan internasional secara gratis, serta mengunduhnya untuk didengarkan secara offline.

3.3.10 Teori Uses & Gratification

Menurut Riley and Riley (dalam Ardial, 2014) dalam teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa seseorang menggunakan media massa demi tujuan yang berbeda. Perbedaan penggunaan ini melahirkan tingkat kepuasan penerima informasi yang pada gilirannya menghasilkan efek yang berbeda-beda.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.1

Aspek Penelitian	Dimensi	Keterangan
Komunikasi Pemasaran	JOOX	1. Performances 2. Features 3. Conformances with Specifications 4. Reliability 5. Serviceability 6. Fit and Finish

3.5. Informan atau Narasumber

Informan atau Narasumber merupakan orang-orang yang terlibat dalam objek penelitian yang akan dimanfaatkan peneliti untuk menggali informasi terkait objek yang diteliti. Dalam konteks ini, informan pada penelitian ini adalah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan semester IV (empat).

Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan berjumlah 98 orang. Dalam penelitian, penulis mengambil 10 orang mahasiswa/i sebagai perwakilan untuk menjadi informan atau narasumber dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka mengumpulkan data yang diperlukan, maka penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi.

1) Wawancara

Wawancara (Bungin, 2017) adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (*interview*).

2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Biasanya berupa data statistic, agenda kegiatan, produk keputusan atau kebijakan, sejarah, dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian. (Hikmat, 2011)

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data menurut Miles & Huberman. Miles & Huberman terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul. Ada pun tiga teknik analisis data kualitatif menurut Miles & Huberman, antara lain :

1) Reduksi Data

Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

2) Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarik kesimpulan.

3) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis data yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini beralamat di Universitas Negeri Medan Jalan William Iskandar Pasar V, Kenangan Baru, Pecut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada Januari 2019 sampai Maret 2019.

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Universitas Negeri Medan (disingkat UNIMED) adalah salah satu perguruan tinggi negeri di Sumatera Utara. Universitas Negeri Medan berlokasi di Jalan Williem Iskandar, Pasar V Medan Estate, Pecut Sei Tuan, Deli Serdang, Sumatera Utara. Universitas Negeri Medan mempunyai beberapa fakultas, seperti Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), Fakultas Bahasa dan Seni (FBS), Fakultas Ilmu Sosial (FIS), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Fakultas Teknik (FT), Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK), Fakultas Ekonomi (FE). Dalam Fakultas Ekonomi memiliki beragam jurusan Akuntansi, Manajemen, Pendidikan Kantor, Pendidikan Akuntansi, dan Pendidikan Ekonomi. Penulis melaksanakan penelitian pada Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Jurusan Pendidikan Ekonomi yang berjumlah mahasiswa/i sebanyak 98 orang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Identitas Informan

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari 17 Februari 2019 s/d 22 Februari 2019. Penelitian ini dilakukan kepada 10 orang mahasiswa/i yang menjadi perwakilan bagi seluruh Mahasiswa/i Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Jurusan Pendidikan Ekonomi. Adapun identitas para informan atau narasumber adalah sebagai berikut :

1) Informan 1

Nama Informan : Cucu Cahyati
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Usia : 20 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswi
Hari Penelitian : Selasa, 19 Februari 2019
Waktu Penelitian : 13.03 WIB
Lokasi Penelitian : Lorong Lantai 2, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

2) Informan 2

Nama Informan : Renny K. Gultom
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Kristen Protestan
Usia : 19 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi
Hari Penelitian : Selasa, 19 Februari 2019
Waktu Penelitian : 13.08
Lokasi Penelitian : Lorong Lantai 2, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

3) Informan 3

Nama Informan : Frisca Sabina br Ginting
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Katolik
Usia : 19 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswi
Waktu Penelitian : 13.13 WIB
Lokasi Penelitian : Balkon Gedung Lama Lantai 2, Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Medan

4) Informan 4

Nama Informan : Sindy Ayu Handari
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Usia : 19 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswi
Hari Penelitian : Selasa, 19 Februari 2019
Waktu Penelitian : 13.25 WIB

Lokasi Penelitian : Lab Sekretaris, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

5) Informan 5

Nama Informan : Sabrimal

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Usia : 20 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Hari Penelitian : Selasa, 19 Februari 2019

Waktu Penelitian : 13.34 WIB

Lokasi Penelitian : Lab Sekretaris, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

6) Informan 6

Nama Informan : Ade Mulya Putra Gustian

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Usia : 19 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Hari Penelitian : Rabu, 20 Februari 2019

Waktu Penelitian : 15.43 WIB

Lokasi Penelitian : Lapangan Parkir, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

7) Informan 7

Nama Informan : Petra Nababan
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Kristen Protestan
Usia : 20 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Hari Penelitian : Rabu, 20 Februari 2019
Waktu Penelitian : 15.49 WIB
Lokasi Penelitian : Lapangan Parkir, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

8) Informan 8

Nama Informan : Andrian Simbolon
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Kristen Protestan
Usia : 20 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Hari Penelitian : Rabu, 20 Februari 2019
Waktu Penelitian : 15.55 WIB
Lokasi Penelitian : Auditorium H. Anif, Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Medan

9) Informan 9

Nama Informan : Hasyanti Silitonga
Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam
 Usia : 20 Tahun
 Pekerjaan : Mahasiswi
 Hari Penelitian : Kamis, 21 Februari
 Waktu Penelitian : 16.09 WIB
 Lokasi Penelitian : Taman Belajar, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
 Medan

10) Informan 10

Nama Informan : Mega Wati
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Usia : 19 Tahun
 Pekerjaan : Mahasiswi
 Hari Penelitian : Kamis, 21 Februari 2019
 Waktu Penelitian : 16.13 WIB
 Lokasi Penelitian : Taman Belajar, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
 Medan

4.2. Hasil Penelitian

Pada gadget atau smartphone ada aplikasi yang memang bawaan dari smartphone nya langsung atau ada juga aplikasi yang harus diunduh terlebih dahulu lalu bisa digunakan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis menyatakan para informan merupakan para pengguna aktif gadget atau

smartphone. Mereka juga merupakan para pengguna yang mengunduh aplikasi lain selain aplikasi bawaan dari smartphone mereka.

Aplikasi yang mereka unduh selain aplikasi bawaan dari smartphone mereka juga bermacam-macam. Seperti, aplikasi sosial media seperti WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram dan lain-lain yang biasa diunduh oleh setiap pengguna smartphone yang bertujuan untuk sarana komunikasi. Ada juga aplikasi musik, *streaming*, dan games untuk sarana hiburan. Dan sarana lainnya untuk ibadah seperti aplikasi renungan harian dan aplikasi Al-Qur'an. Aplikasi pendidikan seperti aplikasi wikipedia, word, excel, aplikasi untuk transportasi seperti Grab, Go-jek atau Uber dan juga aplikasi pembayaran online seperti OVO atau I.Saku yang mempermudah pengguna untuk membayar sesuatu secara online.

Alasan mereka pun beragam, alasannya dikarenakan sebagai kebutuhan dan sebagai sarana hiburan. Menurut **Informan 1** memberikan alasan bahwa aplikasi yang diunduhnya merupakan aplikasi untuk kebutuhan dan hiburan. Aplikasi kebutuhan itu misalnya, aplikasi chatting dan sebagai hiburan yaitu aplikasi musik dan game. Dari banyak nya sarana hiburan yang disediakan oleh smartphone, 10 informan yang diteliti oleh penulis pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX sebagai salah satu sarana hiburan bagi mereka.

4.2.1 Performances

Performances merupakan kinerja dari suatu produk dan merupakan komponen utama dari karakteristik operasional suatu produk. Dalam halnya performa atau kinerja yang dimiliki dari aplikasi *streaming* musik JOOX memiliki

kinerja yang baik dinilai dari kualitas suara yang dihasilkan pada aplikasi *streaming* musik ini.

Dari ke-6 informan yang diwawancarai oleh penulis, semua beranggapan bahwa kualitas audio/suara dari aplikasi *streaming* JOOX memiliki kualitas suara yang baik. 6 dari 10 Informan beranggapan bahwa kualitas suara pada aplikasi *streaming* musik JOOX memiliki kualitas suara yang bagus atau standard untuk kualitas suara pada suatu aplikasi *streaming* musik. **Informan 1, 2, 4, 6, dan 9** mengatakan aplikasi *streaming* musik JOOX bagus. Sedangkan, menurut **Informan 7** mengatakan kualitas suara pada aplikasi *streaming* musik JOOX normal-normal saja dan standart kualitas suara bagi aplikasi *streaming* musik lainnya. Dan **Informan 3, 5, 8, dan 10** mengungkap aplikasi *streaming* musik JOOX merupakan aplikasi yang lumayan bagus menurut mereka.

4.2.2. Features

Features merupakan elemen sekunder atau tambahan dari suatu produk. Sebagai tambahan untuk menjadi bagian-bagian tambahan produk juga memberikan pertanda bahwa perusahaan memahami kebutuhan para pengguna tersebut. Pada aplikasi *streaming* musik JOOX terdapat fitur lirik.

Pada fitur lirik 9 dari 10 infroman yang diwawancarai memberikan respon yang positif pada fitur ini. Mereka beranggapan fitur ini sangat membantu dan memiliki fungsi yang mempermudah pengguna nya. Menurut mereka **Informan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, dan 10** mengatakan fitur lirik sesuai dengan yang mereka ingin kan. Fitur ini mempermudah pengguna untuk menghafal lagu yang mereka ingin dengarkan terutama pada lagu luar negeri, fitur ini pasti sangat membantu

para penggunanya. Di karenakan, kendala bagi para pengguna yang kurang mengerti atau menglafalkan bahasa luar negeri khususnya bahasa Inggris.

Namun, 1 dari 10 informan beranggapan bahwa fitur lirik kurang membantunya. **Informan 9** mengungkapkan bahwa dia merasa kurang puas dengan adanya fitur lirik ini. Karena, tidak semua lagu memiliki lirik pengguna harus meminta liriknya terlebih dahulu kepada aplikasi tersebut.

4.2.3. Conformances with Specifications

Conformance with specifications merupakan keadaan di mana tidak ada cacat pada produk, dan ada kesesuaian produk dengan standar kualifikasi. Begitu pun produk aplikasi *streaming* musik juga dapat dinilai sebelum mereka mulai *install*. Mulai dari rating, komentar, karena faktor lain, hingga gambaran yang digambarkan pada aplikasi Google Play Store dan App Store yang menyediakan layanan untuk *install* aplikasi *streaming* musik JOOX.

Menurut **Informan 1, 4, 5 dan 10** mereka mengunduh suatu aplikasi berdasarkan rating. Mereka akan mengunduh aplikasi tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka dan jika aplikasi tersebut memiliki rating yang lumayan bagus mereka akan mengunduhnya. Ada juga yang mengunduh berdasarkan komentar pada aplikasi yang ingin mereka unduh. **Informan 8 dan 9** mengatakan mereka biasanya melihat komentar terlebih dahulu sebagai penilaian mereka untuk mengunduh suatu aplikasi.

Namun, berbeda dengan **Informan 2, 3, 6, dan 7** mereka mengunduh berdasarkan faktor lain. Faktor ini merupakan salah satu faktor yang paling mempengaruhi pada pembahasan mengenai fitur ini. Faktor teman merupakan

faktor paling besar mempengaruhi bagi para pengguna. Mereka akan mengunduh aplikasi, jika teman atau orang lain yang juga aplikasi tersebut.

4.2.4. Reliability

Reliability atau keandalan pada aplikasi *streaming* musik JOOX. Misalnya kegagalan pada saat ingin memutar lagu di karenakan iklan yang sering muncul, genre musik yang tidak tersedia banyak, atau di karenakan faktor lain karena jaringan, kapasitas aplikasi terlalu besar dan hal-hal lain yang dapat dijumpai ketika mereka menggunakan aplikasi tersebut.

Informan 1, 2, 3, 4, 6, dan 8 mengatakan iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX itu mengganggu kenyamanan bagi pengguna nya. Karena, dengan muncul nya iklan itu akan memberhentikan lagu yang sedang didengarkan. Sehingga, pengguna tidak dapat menikmati lagu secara keseluruhan.

Tetapi, ada juga informan yang tidak sependapat dengan informan sebelumnya. Mereka beranggapan bahwa iklan yang sering muncul tidak mengganggu pengguna nya justru malah membantu para pengguna nya. Menurut mereka, iklan yang sering muncul pada aplikasi berbayar merupakan hal yang wajar. Dan iklan tidak selama nya merugikan pengguna, iklan yang sering muncul juga menjadi cara praktis untuk promosi.

Tidak hanya dikarenakan iklan, kendala lain nya yang dialami oleh beberapa informan yaitu di karenakan jaringan yang terkadang suka tidak stabil. Itu menjadi satu faktor kendala bagi mereka. Menurut **Informan 1, 2, dan 3** faktor yang mempengaruhi adalah jaringan. Aplikasi *streaming* musik harus didukung oleh

jaringan yang kuat agar dapat menikmati lagu secara keseluruhan. Jaringan yang buruk akan menghambat lagu secara keseluruhan.

Selanjutnya, banyak para pengguna yang menggunakan aplikasi *streaming* musik untuk mendengarkan lagu dari bermacam genre musik. Tetapi pada aplikasi *streaming* musik JOOX faktor yang menjadi kendala bagi pengguna adalah genre musik yang tidak terlalu banyak disediakan oleh aplikasi *streaming* musik JOOX.

Dan juga faktor yang menjadi kendala bagi pengguna adalah faktor kapasitas aplikasi yang terlalu besar ini mempersulit pengguna. Karena, membuat penyimpanan pada smartphone menjadi berat atau penuh. **Informan 4** mengatakan bahwa aplikasi *streaming* musik JOOX memiliki kapasitas yang besar sehingga bagi kapasitas smartphone yang rendah akan susah untuk diakses.

4.2.5. Serviceability

Serviceability atau bentuk dari pelayanan terkait pada suatu produk. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan. Aplikasi *streaming* musik JOOX bermodelkan bisnis *freemium* yaitu dimana aplikasi dapat digunakan tanpa membayar atau dengan membayar dan mendapat keuntungan yang lebih, pelayanan terkait produk aplikasi *streaming* ini juga berguna untuk pertanyaan-pertanyaan seputar keluhan-keluhan ataupun hal-hal seputar aplikasi yang ingin diketahui oleh penggunanya.

Sistem unduh pada aplikasi *streaming* musik JOOX memiliki dua cara yaitu dengan cara VIP dan membayar. VIP adalah cara untuk mengunduh lagu pada

aplikasi streaming musik JOOX dengan cara memutar video atau mengshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar atau membayar setiap bulan.

Sebagian dari informan beranggapan bahwa aplikasi *streaming* musik JOOX akan terasa membebankan bagi pengguna jika dilakukan dengan sistem berbayar. Pada informan lebih memilih untuk menggunakan VIP. 9 dari 10 informan memberikan alasan kenapa mereka lebih memilih menggunakan VIP. Dikarenakan, bagi mereka yang berstatus mahasiswa/i sistem berbayar itu berat bagi mereka. Jadi, mereka lebih memilih untuk cara gratis dengan cara menggunakan cara VIP yang hanya dengan bermodal kuota.

Tetapi, ada juga informan yang lebih memilih *streaming* dari pada menggunakan cara VIP atau prabayar. **Informan 9** lebih memilih *streaming* dari pada harus menggunakan cara VIP atau cara prabayar. Karena, menurutnya lebih praktis *streaming* dari pada harus menggunakan cara yang begitu.

4.2.6. Fit and Finish

Fit and finish merupakan kualitas tampilan akhir dari suatu produk. Hasil akhir menunjukkan pada munculnya atau dirasakannya kualitas. Tampilan akhir yang dirasakan setelah mencoba kedua aplikasi tersebut dapat berupa tampilan secara keseluruhan dan dapat menilai apa saja kelebihan dari aplikasi *streaming* musik JOOX. Adapun hal nya apakah para pengguna merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX tersebut. Tampilan akhir juga dapat dinilai dengan cara penilaian melalui skala angka untuk menentukan hasil tampilan akhir mendapatkan respon yang baik atau tidak bagi para pengguna nya.

Adapun 9 dari 10 informan yaitu **Informan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 dan 9** merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX mereka beranggapan dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX mempermudah mereka untuk mendengarkan musik atau mencari musik yang ingin mereka dengar.

Sedangkan, 1 dari 10 informan tidak beranggapan aplikasi *streaming* musik JOOX sepenuhnya membantu. Karena, di aplikasi *streaming* musik JOOX tidak seluruh lagunya menyediakan lirik disetiap lagunya. Jadi, menurut dia aplikasi ini tidak berfungsi secara efisien karena harus meminta lirik terlebih dahulu ke aplikasinya.

Untuk skala penilaian pada aplikasi *streaming* musik JOOX para informan memiliki penilaian yang bermacam-macam untuk aplikasi ini. **Informan 6, 7, 9 dan 10** mereka memberikan penilaian paling standard yang diterima pada aplikasi *streaming* musik JOOX ini dengan nilai 7. **Informan 1, 3, 5, dan 8** memberikan penilaian yang paling banyak diperoleh adalah dengan memberikan nilai yang menurut mereka pantas untuk didapatkan aplikasi *streaming* musik JOOX dengan segala fasilitas yang disediakan aplikasi ini adalah nilai 8. Dan penilaian paling tinggi yang diberikan oleh **Informan 2 dan 4** untuk aplikasi *streaming* musik JOOX yaitu nilai 9.

4.3. Pembahasan

Melalui wawancara maka penulis memperoleh data terkait penggunaan aplikasi *streaming* musik JOOX terhadap kelebihan dan kekurangan aplikasi *streaming* musik JOOX menurut pendapat dari para informan. Sehingga, dari

kelebihan dan kekurangan tersebutlah yang membuat mereka tetap menggunakan aplikasi *streaming* musik tersebut.

Para informan mengunduh aplikasi lain selain aplikasi bawaan dari smartphone mereka yang bertujuan sebagai kebutuhan atau sebagai sarana hiburan. Aplikasi yang mereka unduh juga bermacam-macam. Seperti, aplikasi chat sebagai sarana komunikasi, sarana transportasi online, sarana pembayaran online, games, musik dan aplikasi lainnya. Mereka juga merupakan salah pengguna aplikasi *streaming* musik JOOX.

Berdasarkan segi *Performances* dilihat dari kualitas audio/suara yang dihasilkan oleh aplikasi *streaming* musik JOOX memiliki kualitas audio/suara yang baik. Ada juga yang beranggapan kualitas suara/audio pada aplikasi ini tidak begitu baik. Walaupun kualitas suara yang dihasilkan tersebut juga dilandasi akan kualitas *speaker* dari *gadget* yang digunakan untuk mendengarkan musik.

Suatu aplikasi akan berfungsi dengan maksimal jika didukung oleh fitur yang berperan penting untuk menyempurnakan aplikasi tersebut. Dilihat dari segi *Features* merupakan elemen sekunder atau tambahan dari suatu produk. Pada aplikasi *streaming* musik JOOX didukung oleh fitur lirik. Fitur ini berfungsi untuk memberikan lirik pada lagu yang akan diputar.

Sebanyak 99% dari informan yang diteliti oleh penulis memberikan respon yang baik bagi fitur ini. Mereka beranggapan bahwa fitur ini dapat membantu mereka. Di karenakan, banyak khalayak yang ingin mendengarkan lagu sambil bernyanyi atau karaoke namun tidak tahu lirik dari lagu tersebut. Jadi, dengan adanya lirik ini dapat membantu mereka untuk bernyanyi. Fitur ini akan sangat

berpengaruh pada lagu-lagu barat atau lagu-lagu luar negeri lainnya. Dari fitur ini juga, khalayak dapat belajar berbahasa asing melalui lagu. Khalayak dapat mempelajari *spelling* atau ejaan melalui lirik pada lagu tersebut.

Tetapi, ada juga yang beranggapan bahwa fitur ini tidak membantu. 1% dari informan yang teliti oleh penulis beranggapan demikian. Di karenakan, pada aplikasi streaming musik ada beberapa lagu nya yang tidak memiliki lirik. Lirik tersebut dapat muncul atau akan muncul jika pengguna nya meminta lirik ke aplikasi *streaming* musik JOOX. Jadi, menurut nya fitur ini tidak berfungsi secara efisien.

Sedangkan, jika dilihat dari segi *Conformance with specifications* merupakan keadaan di mana tidak ada cacat pada produk, dan ada kesesuaian produk dengan standar kualifikasi. Dari segi ini mendapatkan respon yang bermacam-macam dari informan. Rating, komentar dan faktor lain berpengaruh dalam *conformance with specifications*. Kesesuaian gambar atau ulasan pada aplikasi *streaming* musik ini juga mempengaruhi minat khalayak untuk menggunakannya. 4 dari informan yang diwawancarai oleh penulis yaitu informan 1, 4, 5, dan 10 beranggapan bahwa rating berpengaruh untuk seseorang mengunduh suatu aplikasi.

Rating merupakan penilaian pada aplikasi tersebut sehingga mempermudah khalayak untuk mengunduh aplikasi tersebut tanpa harus melihat aplikasi tersebut dari komentar atau faktor lain. Sedangkan, 2 dari informan yang diteliti oleh penulis yaitu informan 8 dan 9 justru beranggapan, komentar merupakan cara khalayak untuk mendapatkan informasi aplikasi tersebut layak untuk diunduh atau tidak. Dan 4 dari informan yang penulis wawancarai yaitu informan 2, 3, 6, dan 7

memiliki alasan lain. Yaitu, mengunduh suatu aplikasi berdasarkan faktor lain. Misalnya, jika teman atau orang lain menggunakan aplikasi tersebut maka yang lain juga tertarik atau penasaran untuk mengunduh aplikasi yang sama.

Ditinjau dari segi *Reliability* atau keandalan pada aplikasi *streaming* musik JOOX juga memiliki pengaruh pada aplikasi ini. Biasanya kendala yang didapatkan pada suatu aplikasi *streaming* musik adalah kegagalan pada saat ingin memutar lagu dikarenakan iklan yang sering muncul, genre musik yang tidak tersedia banyak, atau dikarenakan faktor lain karena jaringan, kapasitas aplikasi terlalu besar dan hal-hal lain yang dapat dijumpai ketika mereka menggunakan aplikasi tersebut.

Untuk iklan yang sering muncul, 6 informan beranggapan bahwa iklan yang sering muncul itu sangat mengganggu. Dengan seringnya muncul iklan itu menghalangi pengguna untuk menikmati musik secara keseluruhan. Iklan yang sering muncul akan menjeda lagu yang sedang didengar dan itu sangat mengganggu menurut mereka.

Namun, 4 informan justru beranggapan bahwa hal ini sangat lah biasa saja dan tidak menjadi suatu kendala. Dikarenakan, setiap aplikasi yang diunduh secara gratis pasti ada iklan yang bakalan sering muncul. Dan menurut mereka sekarang disetiap aplikasi, sekarang banyak bermunculan iklan. Justru, iklan yang sering keluar menurut mereka dapat membantu pengguna untuk mengetahui informasi atau aplikasi lain yang muncul pada iklan tersebut.

Genre musik yang tidak banyak atau tidak update juga menjadi kendala bagi penggunanya. Sekarang genre musik yang sedang digandrungi oleh kaum *milenial*

adalah genre musik Pop, Jazz, Edm, Dangdut, Rock, Indie, RnB dan lain-lain. Kendala pada aplikasi ini adalah genre musik yang kurang banyak atau bermacam-macam. Pengguna merasa banyak lagu yang tersedia lebih banyak lagu luar negeri daripada lagu dalam negeri. Kurang nya genre musik Dangdut dan Indie menjadi keluhan bagi para pengguna. Sehingga, pada penikmat kedua genre tersebut lebih memiliki alternative lain.

Koneksi pada internet juga berpengaruh bagi pada pengguna aplikasi *streaming*. Jaringan yang buruk juga menjadi kendala bagi pengguna untuk mengakses aplikasi tersebut. 3 dari 10 informan yang penulis wawancarai mengeluhkan kendala ini. Dan ada juga yang beranggapan bahwa kapasitas pada aplikasi *streaming* musik JOOX merupakan kapasitas yang besar. Jadi, bagi pengguna smartphone yang memiliki RAM atau kapasitas handphone yang rendah tidak dapat mengunduhnya.

Pada *Serviceability* atau bentuk dari pelayanan terkait pada suatu produk. Pelayanan yang diberikan oleh aplikasi *streaming* musik JOOX menjadi pertimbangan yang sangat penting bagi pengguna aplikasi *streaming* ini. Aplikasi *streaming* musik memberikan cara untuk mengunduh lagu yang ada pada aplikasi ini. Dengan cara VIP dan prabayar, VIP merupakan cara gratis untuk mengunduh lagu dengan hanya memutar iklan. Kekurangannya ada VIP memiliki tenggang waktu yang tidak lama. Sedangkan, cara prabayar adalah dengan cara membayar melalui kartu kredit yang memiliki keuntungan pengguna dapat mengunduh semua lagu tanpa memiliki tenggang waktu.

Para informan lebih memilih menggunakan VIP dari pada prabayar. Karena, mereka beranggapan bahwa prabayar sangat lah memberatkan mereka terutama dikalangan mahasiswa/i. 9 dari 10 informan beranggapan bahwa prabayar sangat lah memberatkan bagi mereka yang masih berstatus mahasiswa/i. Menurut cara prabayar tidak lah efisien dikarenakan mereka sudah mengakses aplikasi tersebut menggunakan kuota. Dan 1 dari 10 informan lebih memilih untuk *streaming* dari pada harus menggunakan kedua cara tersebut.

Dan yang terakhir adalah *Fit and Finish* merupakan kualitas tampilan akhir dari suatu produk. Dilihat dari segi ini adalah pemberian nilai bagi para pengguna terhadap aplikasi ini dan apakah para pengguna merasa terbantu dengan adanya aplikasi ini. 9 dari 10 informan merasa sangat terbantu dengan ada nya aplikasi ini mereka merasa dengan adanya aplikasi ini dapat mempermudah mereka untuk mendengarkan musik yang ingin mereka dengar. Dan 1 dari 10 informan merasa ragu dengan adanya aplikasi ini karena menurut nya terbantu dengan adanya aplikasi ini namun dengan adanya kekurangan jadi menurut nya aplikasi ini tidak membantu.

Penilaian pada aplikasi *streaming* musik JOOX juga beragam. Para informan memiliki penilaian mereka masih-masih terhadap aplikasi ini. Informan yang memberikan penilai 7 kepada aplikasi *streaming* musik JOOX adalah Informan 6, 7, 9 dan 10. Sedangkan, yang memberikan penilai 8 pada aplikasi *streaming* musik JOOX adalah Informan 1, 3,5 dan 8. Dan informan yang memberikan penilaian yang paling tinggi kepada aplikasi *streaming* musik JOOX adalah informan 2 dan 4.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, seperti yang telah dijelaskan diatas penelitian ini berkaitan dengan teori yang digunakan oleh penulis, yaitu teori *Uses & Gratification*. Teori *Uses and Gratification* menunjukkan bahwa seseorang menggunakan media massa demi tujuan yang berbeda. Perbedaan penggunaan ini melahirkan atau mempengaruhi tingkat kepuasan penerima informasi yang pada gilirannya menghasilkan efek yang berbeda-beda. Seperti kondisi sosial dan psikologi individu, kebutuhan yang relative permanen, harapan-harapan, jenis media atau sumber-sumber, perbedaan kebiasaan pemberitaan dari media, kebutuhan akan kepuasan, dan konsekuensi-konsekuensi yang lain. Jika dikaitkan dengan teori yang penulis pakai, maka jika dikaitkan dengan teori para informan menggunakan (*uses*) aplikasi streaming musik JOOX sebagai media untuk hiburan. Dan jika dikaitkan sebagai (*gratification*) para informan merasa bahwa aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi pemenuh kebutuhan mereka untuk kategori hiburan.

Dalam penelitian ini, penulis menghadapi beberapa kelemahan dan keterbatasan dalam penelitian yang mempengaruhi hasil dari penelitian. Keterbatasan nya adalah kurang nya informasi dan data yang diperoleh oleh penulis. Kelemahan nya adalah kurang nya respon dari informan dalam seksi wawancara dan kurang jelas nya suara dari informan dan objek penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya sebatas lingkup Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini yang menjadi kendala bagi penulis untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan yang diharapkan penulis.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini mahasiswa/i Universitas Negeri Medan tentang aplikasi *streaming* musik JOOX berdasarkan hasil pengalaman mereka selama menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, dari serangkaian bentuk penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pendapat dari para informan yang diperoleh mengenai penggunaan aplikasi *streaming* musik JOOX, mereka beranggapan aplikasi memiliki fungsi dalam memenuhi kebutuhan mereka dalam mencari atau mendengarkan musik. Kualitas suara pada aplikasi *streaming* musik JOOX juga diakui memiliki kualitas suara yang baik.
2. Dari beberapa informan beranggapan aplikasi *streaming* musik JOOX sebagai aplikasi *streaming* yang mempunyai fitur-fitur yang lengkap seperti lirik yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam konteks hiburan dan kebutuhan informasi akan musik. Fitur lirik juga membantu para pengguna untuk dapat bernyanyi dengan melihat lirik tanpa harus mencari liriknya di internet.
3. Kendala atau kekurangan yang dimiliki aplikasi *streaming* musik JOOX tidak menutup khalayak untuk tetap menggunakan aplikasi *streaming*

musik JOOX. Dalam segi penilaian secara keseluruhan, para informan memberikan penilaian yang baik. Karena, mereka banyak yang berpendapat bahwa mereka menggunakan aplikasi *streaming* musik untuk mendengarkan musik.

4. Dan dari segi pelayanan, aplikasi *streaming* musik JOOX unggul. Karena aplikasi lain tidak menyediakan layanan gratis VIP seperti yang dilakukan oleh aplikasi *streaming* musik JOOX. Cara ini sangat membantu para pengguna nya untuk mendengarkan musik yang mereka dengar kan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan selama penelitian, maka penulis melihat beberapa hal yang perlu diperhatikan. Saran ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif demi kebaikan bersama. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Saran bagi aplikasi *streaming* musik JOOX, agar pihak aplikasi JOOX dapat memperhatikan kenyamanan para pengguna nya dengan mengurangi iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX.
2. Agar disetiap lagu diusahakan ada lirik, agar mempermudah para pengguna untuk menikmati lagu tersebut.
3. Untuk cara mengunduh lagu pada aplikasi *streaming* musik JOOX agar lebih dipermudah dan agar setiap lagu dapat diakses.

4. Dan agar pihak aplikasi *streaming* musik JOOX, memperbanyak musik lokal dan mengupdate setiap musik baru yang diliris oleh setiap musisi baik dari dalam negeri atau dari luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhani, Diandra Putri. 2014. *Studi Kualitatif Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Musik dari Media dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Mahasiswa FISIP UI*. Makalah Non-Seminar. Depok: Universitas Indonesia.
- Artaji, 2014. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Notebook Merek Acer*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ardial,H. 2014. *Paradigmadan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cutlip, M. Scott, H. Allen Center, M. Glenn Broom. 2007. *Effective Public Relation* Edisi ke-sembilan. Jakarta: Kencana.
- Ferrinadewi, Erna. 2013. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hikmat, M. Mahi. 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali.
- Leonardo, Andre. 2016. *Analisis Pengaruh Perceived Benefit, Free Mentality, dan Perceived Sacrifie Terhadap Attitude Toward Paying dan Implikasinya Terhadap Wilingness to Pay (Studi Pada Pengguna Joox VIP)*. Jurnal Ultima Management Vol 8 No.2 Desember 2016.
- Lubis, Brian Doni. 2018 *Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Minat Beli Konsumen Traveloka (Studi Kasus pada Mahasiswa UMSU Fakultas Ekonomi dan bisnis)*. Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Lubis, Siti Savira. 2018. *Opini Mahasiswa Mengenai Perceveid Quality Produk Aplikasi Streaming Musik Spotify dan JOOX (Studi Kualitatif Opini Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Angkatan 2014 Mengenai Perceived Quality Produk Aplikasi Streaming Musik Spotify dan JOOX)*.
- Marolop. 2011. *Aspek dan Produser Ekspor dan Impor*. Jakarta: Salemba Empat.

- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail Buku Edisi 1 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- _____. 2013. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Nurhani, Rezki Endah. 2013. *Manajemen Musik Rekaman dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Industri Musik Rekaman Indonesia (Studi Kasus Pada PT. Trinity Optima Production)*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali.
- Olli, Helena. 2007. *Opini Publik*. Jakarta: PT. Indeks.
- Olli, Helena & Erlita, Novi. 2011. *Opini Publik, Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Permata Puri Media.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, Iswandi. 2018. *Opini Publik Konsep, Pembentukan, dan Pengukuran*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tresna, Sari. 2018. *Pengaruh Brand Image Kue Medan ParPar “Oki Setiana Dewi” Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Medan*. Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Website dan Artikel Online :

Pengertian JOOX

<https://id.wikipedia.org/wiki/JOOX>

Tanggal Akses : - 3 Desember 2018 Pukul : 15.04 WIB

- 19 Maret 2019 Pukul : 23.45 WIB

Rachmatunnisa. 2017. Spotify vs JOOX mana lebih asyik?

<https://m.detik.com/inet/compare-it/d-3427188/spotify-vs-joo-mana-lebih-asyik>

Tanggal Akses : 27 Desember 2018 Pukul : 22.23 WIB

Laporan DailySocial : Survei Layanan Streaming Musik 2018

<https://www.google.co.id/amp/s/dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-suvei-layanan-streaming-musik-2018/%3famp=1>

Tanggal Akses : 29 Desember 2018 Pukul : 23.14 WIB

www.repositiry.umsu.ac.id

Tanggal Akses : 18 Desember 2018 Pukul 16.30 WIB

Karimuddin, Amir. 2015. *Survei: Mayoritas Responden Tegaskan Tidak Berminat Berlangganan Streaming Musik Berbayar.*

<https://dailysocial.id/post/survei-mayoritas-responden-tegaskan-tidak-berminat-berlangganan-streaming-musik-berbayar>

Tanggal Akses : 22 Desember 2018 Pukul : 00.04 WIB

Jaghesta, M. 2015. *Joox Bertengger di Puncak Teratas Apple App Store.*

<http://www.google.co.id/amp/s/autotekno.sindonews.com/newsread/1057723/133/joox-bertengger-di-puncak-teratas-apple-app-store-1446269802>

Tanggal Akses : 27 Desember 2018 Pukul : 23.20 WIB

1. HASIL WAWANCARA

1) Informan 1

Nama Informan : Cucu Cahyati

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 20 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Hari Penelitian : Selasa, 19 Februari 2019

Waktu Penelitian : 13.03 WIB

Lokasi Penelitian : Lorong Lantai 2, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : Itu ada aplikasi chatting ya, banyak pastinya. Kalau yang lain aplikasi musik dan game.

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Yang pertama karena kebutuhan dan yang kedua karena hiburan. Kalau kebutuhan itu kayak chatting. Kalau hiburan itu kayak musik dan game.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Saat ingin mengunduh mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Kalau lihat di playstore kan. Pertama, lihat rating nya juga sih baru kebawah scroll lihat komentar kalau bagus baru di unduh.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Bagus.

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Banyak.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Merasa terbantu ya serasa kayak karaoke gitu. Sambil nyanyi sambil dengar gitu.

Peneliti : Jadi membantu nya kita gak harus searching lagi ya.

Informan : Iya.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Mengganggu, kita terhalang dengan iklan itu.

Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan. Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?

Informan : Biasanya pakai VIP gak pernah prabayar. Karena kan kita streaming kita udah keluar kuota jadi gak usah pakai prabayar-prabayar lagi lah udah di VIP kan aja semua. Karena kan kita streaming atau online gitu kan mereka udah dapat ke untungan jadi gak usah lah pakai prabayar-prabayar gitu.

Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?

Informan : Gak sih, mungkin karena pengaruh sinyal aja kali sih.

Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Bagus sih, cuma kalau updatean lagu baru lebih ditambah gitu.

Peneliti : Jadi kurang update lah ya.

Informan : Kurang update sedikit.

Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX?

Informan : Terbantu, cari lagu gampang.

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : 8 kak.

2) Informan 2

Nama Informan : Renny K. Gultom

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Kristen Protestan

Usia : 19 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Hari Penelitian : Selasa, 19 Februari 2019

Waktu Penelitian : 13.08

Lokasi Penelitian : Lorong Lantai 2, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : Hmmm, aplikasi chat, game, terus aplikasi rohani lah kayak renungan harian dan lain-lain.

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Pertama karena kebutuhan dan kedua karena hiburan.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Saat ingin mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Alasannya karena faktor kawan juga, kawan pakai JOOX. JOOX itu apaan sih jadinya penasaran juga.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Bagus.

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Iya, banyak juga.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Saya sih merasa terbantu ya, kayak misalnya saya suka bernyanyi gitu terbantu dengan adanya fitur ini jadi gak perlu searching lagi.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Iya, terganggu sih.

Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan. Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?

Informan : Hmmm, VIP sih tentunya. Secara kan kalau prabayar gitu, kalau kayak kami ini kan anak kostan banyak biaya lagi sedangkan JOOX itu udah pakai kuota.

Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?

Informan : Kendala nya sih buka di JOOX nya, tapi lebih ke jaringan.

Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Cukup terbantu lah bagi orang-orang yang suka gabut, suka bosan, suka lagu gitu.

Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX?

Informan : Terbantu tadi kan.

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : Hmmm, 9 lah kak.

3) Informan 3

Nama Informan : Frisca Sabina br Ginting

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Katolik

Usia : 19 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Waktu Penelitian : 13.13 WIB

Lokasi Penelitian : Balkon Gedung Lama Lantai 2, Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : Aplikasi sosial media, aplikasi renungan harian juga sama games yang berhubungan dengan pembelajaran juga ada.

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Yang pertama sih kebutuhan karena untuk mengambil informasi, yang kedua hiburan.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Saat ingin mengunduh mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Di karenakan faktor lain sih kak, kayak bawaan dari teman-teman. Teman-teman pakai JOOX jadi ikutan.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Iya termasuk gitu juga sih kak. Lumayan, bagus.

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Iya.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Lumayan bagus sih kak. Karena, terbantu juga kan kayak misalnya kita gak tahu lirik nya tapi pengen nyanyi kan ada disitu lirik nya jadi bisa terbantu.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Itu cukup mengganggu sih kak jadi kayak misalnya dengerin musik nya jadi ada iklan nya. Itu cukup mengganggu sih kak.

Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau

menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan. Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?

Informan : Pakai yang VIP sih kak. Alasannya, karena gak butuh prabayar gitu dan juga musik yang saya ingin kan masih juga tersedia disitu. Jadi, gak masalah.

Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?

Informan : Pernah sih kak. Pas jaringan gitu, dia kalau mau pakai aplikasi JOOX ini harus jaringannya kuat kalau jaringannya agak lemah di terputus-putus.

Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Bagus.

Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX?

Informan : Ya, terbantu lah kak untuk dengerin musik.

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : 8 lah kak.

4) Informan 4

Nama Informan : Sindy Ayu Handari

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 19 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Hari Penelitian : Selasa, 19 Februari 2019

Waktu Penelitian : 13.25 WIB

Lokasi Penelitian : Lab Sekretaris, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pasti nya pernah

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : Aplikasi chat, musik-musik gitu, game. Karena, kebutuhan juga. Selain itu sebagai menghalangkan suntuk.

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Yang pertama karena kebutuhan dan yang kedua sebagai sarana hiburan kak.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah kali pun kak.

Peneliti : Saat ingin mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Hmmm, rating sih berpengaruh juga. Cuma, faktor lain karena suka dan tertarik aja.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Bagus sih kak.

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Hmmm, menurut saya banyak sih. Contohnya kayak Pop, Rock dan Jazz dan lain-lainnya.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Fitur lirik sih itu ide yang bagus sebenarnya. Bagusnya, selain kita bisa melihat lirik lagu itu seperti apa terus kita lebih bisa lebih memahami isi lagu itu.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Aduh, mengganggu lah kak repot kak. Mengganggu dalam segi muncul iklan mati tuh lagu JOOX nya jadi gak bisa menikmati secara keseluruhan musiknya.

Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur

satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan. Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?

Informan : Kalau yang pakai bayar, jujur itu gak pernah. Kalau VIP itu, biasanya lihat dari YouTube kayak mana cara nya bisa dapat VIP.

Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?

Informan : Cuma yang buat meganggu kapasitas nya terlalu besar, jadi kalau mau mengunduh udah keberatan disitu.

Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Bagus.

Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX?

Informan : Terbantu lah kak. Karena, lagu apa yang saya suka dan saya mau ada disitu.

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : 9 lah kak.

5) Informan 5

Nama Informan : Sabrimal

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Usia : 20 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Hari Penelitian : Selasa, 19 Februari 2019

Waktu Penelitian : 13.34 WIB

Lokasi Penelitian : Lab Sekretaris, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : JOOX, MOBILE LEGEND, PUBG, OVO. Sosmed seperti Instagram, WhatsApp, Line, Facebook, Twitter.

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Sebagai hiburan satu, yang kedua kalau untuk OVO untuk pembayaran online untuk mempermudah aja sih.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah, ini lagi pakai.

Peneliti : Saat ingin mengunduh mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Pertama kali dengan musik player gitu, baru JOOX lah selain itu juga karena ada fitur karaoke nya

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Kualitasnya lumayan lah. Cuma mungkin ada kekurangannya lah ya. Kekurangannya kalau di JOOX ini enggak semua lagu ada di JOOX. Sedangkan di aplikasi lain seperti di Spotify diakan semua lagu ada. Cuma keunggulan di JOOX di bisa offline sedangkan di Spotify dia harus berbayar pakai data.

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Enggak semua, Cuma lagu-lagu lama ada tapi enggak semua.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Ini sesuai dengan yang kita mau. Jadi itu mempermudah pengguna nya untuk menghafal lagi itu, apalagi kan di JOOX banyak lagu bahasa inggris semua kan jadi bisa menghafal liriknya gitu.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Enggak sih, karena kan itu gratis jadi dia wajar sekalian ada promosi. Cuma sama aja sih semua mau Spotify atau JOOX pasti ada iklannya kalau dia aplikasi gratis pasti ada iklannya.

Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan. Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?

Informan : Sebenarnya sah-sah saja karena kan semua aplikasi kayak iTunes dan Spotify juga ada berbayar cuma ya mungkin di JOOX ini agak dikurangi lah VIP karena semua lagu terkenal pun di VIP kan.

Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?

Informan : Enggak sih, semua nya sejauh ini kan aman. Apalagi kan ada karaoke dia kan berkerjasama dengan Smule udah gitu ada Timernya juga dia bisa offline juga. Mungkin kurang nya karena enggak semua lagu ada.

Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Kalau di definisikan ke angka dia 8 lah. Karena memang pelopor musik.

Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi streaming musik JOOX?

Informan : Terbantu kak.

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : 8.

6) **Informan 6**

Nama Informan : Ade Mulya Putra Gustian

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Usia : 19 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Hari Penelitian : Rabu, 20 Februari 2019

Waktu Penelitian : 15.43 WIB

Lokasi Penelitian : Lapangan Parkir, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pernah kak.

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : Aplikasi ekstrak data dan games.

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Karena, butuh kak kalau gak butuh ngapain di install.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah kak.

Peneliti : Saat ingin mengunduh mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Karena faktor lain, karena iseng-iseng jadi unduh aplikasi lain.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Bagus.

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Banyak.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Bagus lah, itu bisa juga sebagai media pembelajaran learning kalau bahasa inggris gak bisa kita bisa sekalian belajar mengolah kata jadi enggak cuma dengerin musik. Karena kan kita gak tahu lirik main asal nyanyi kan malu. Jadi kan bisa sambil ngapal juga.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

- Informan : Masalah sih sebenarnya.
- Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan. Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?
- Informan : Bagi orang tertentu kayak mahasiswa itu pasti bermasalah. Bermasalah pada kuota kan kita kan dipakai sama anak-anak muda. Karena, kayak saya anak muda kalau enggak ada paket kan susah untuk ngunduh-ngunduhnya.
- Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?
- Informan : Enggak.
- Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?
- Informan : Bagus, tapi ada beberapa yang enggak bagus. Kayak musik nya itu banyak yang gak resmi jadi kan itu merugikan bagi pemusiknya sendiri.
- Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX?
- Informan : Lumayan, dari pada harus manual sekarang kan udah bisa *streaming* jadi gampang.

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : 7.

7) Informan 7

Nama Informan : Petra Nababan

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Kristen Protestan

Usia : 20 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Hari Penelitian : Rabu, 20 Februari 2019

Waktu Penelitian : 15.49 WIB

Lokasi Penelitian : Lapangan Parkir, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : Banyak. Sosial media, musik juga, lalu tentang kuliah word-word gitu lah kak

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Karena kebutuhan , lalu karena untuk informasi juga.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Saat ingin mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Karena, faktor lain kak. Misalnya, kalau saya itu tipe nya kalau orang lain udah pakai saya malas pakai. Saya mau nya lebih baru lagi, saya mau nya saya duluan pakai baru orang.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Bagus kak normal-normal aja, standart lah.

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Banyak sekali.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Bagus juga sih, kalau ada lirik kan jadi gampang gak tahu lagunya ada liriknya jadinya mempermudah.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Biasa aja sih, karena sekarang kan disetiap aplikasi sekarang udah ada iklan nya. Jadi gak papa, selagi masih sekali atau dua kali gak masalah.

Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan. Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?

Informan : Itu lah salah satu nya saya tidak menggunakan JOOX. Karena, VIP-VIP itu lah harus berbayar.

Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?

Informan : Pernah, itu kalau lirik salah satu nya kadang suka gak muncul. Lagu-lagu indie atau lagu buat sendiri kadang gak ada lirik nya.

Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Aplikasi yang baik pada saat sekarang lah.

Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX?

Informan : Terbantu lah.

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : 7 lah kak.

8) Informan 8

Nama Informan : Andrian Simbolon

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Kristen Protestan

Usia : 20 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Hari Penelitian : Rabu, 20 Februari 2019

Waktu Penelitian : 15.55 WIB

Lokasi Penelitian : Auditorium H. Anif, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pernah kak.

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : Banyak seperti games, medsos, dan aplikasi lain lah.

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Karena, butuh dan sebagai hiburan.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Saat ingin mengunduh mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Aku sih kak biasanya lihat komentar dulu. Buka suatu aplikais aku lihat dulu komentar nya terus rating nya baru aku unduh kak.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Lumayan bagus.

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Kurang kak.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Fitur itu cukup membantu kak. Karena kan kita putar lagu bahasa inggris kan kita kurang tahu dengan ada liriknya itu lebih enak lah.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Gak masalah sih kak, soalnya kan sekarang setiap aplikasi udah rata-rata ada iklan nya.

Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau

menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan. Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?

Informan : Lebih milih VIP aja kak kalau VIP kan modal data aja kan dia cuma nonton iklan aja.

Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?

Informan : Cuma kalau searching lagu local dia kurang kak terbatas lah kak.

Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Aplikasi JOOX itu lumayan enak lah kak. Saya pun sering karaokean disitu. Cuma itu aja kurang enak karena lagu local nya kurang.

Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX?

Informan : Terbantu lah kak.

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : 8 lah kak.

9) Informan 9

Nama Informan : Hasyanti Silitonga

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 20 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Hari Penelitian : Kamis, 21 Februari

Waktu Penelitian : 16.09 WIB

Lokasi Penelitian : Taman Belajar, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : Ada JOOX, Spotify, Whatsapp, Instagram dan lain-lain.

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Kalau sosial media pasti karena perlu ya kak untuk bersosial. Kalau JOOX ya untuk dengar musik.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Saat ingin mengunduh mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Biasa sih berdasarkan komentar. Lihat ulasannya kalau baik ya diunduh.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Baik, tapi semakin kesini kayak nya udah gak lagi

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Kalau menyediakan genre musik ya menyediakan. Cuma dia aplikasi nya semakin lama semakin menurun. Misalnya selalu minta memperbarui.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Kurang memuaskan karena kan kadang dia harus meminta lirik dulu baru muncul dan banyak lagu yang gak ada liriknya.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Itu mengganggu.

Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan.

Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?

Informan : Kalau itu memang gak pernah saya coba. Saya selama ini streaming aja.

Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?

Informan : Cuma lirik itu dan di perbarui udah gitu kadang cari lagu suka gak nemu.

Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Kurang bagus.

Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX?

Informan : Terbantu kak

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : 7 kak.

10) **Informan 10**

Nama Informan : Mega Wati

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 19 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi
Hari Penelitian : Kamis, 21 Februari 2019
Waktu Penelitian : 16.13 WIB
Lokasi Penelitian : Taman Belajar, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Medan

Peneliti : Apakah saudara/i pernah mengunduh aplikasi selain aplikasi dari bawaan smartphone ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Aplikasi apa yang pernah saudara/i unduh ?

Informan : Banyak sih, seperti Instagram gitu kan kadang enggak bawaan dari hp. Kayak sosial media gitu, terus kayak aplikasi yang seperti I.saku, kayak aplikasi Grab dan lain-lain.

Peneliti : Apa alasan saudara/i mengunduh aplikasi tersebut ?

Informan : Itu penting, karena sesuai dengan kebutuhan. Kayak I.saku itu kan dompet digital jadi kayak kita mau kemana-mana kan jadi mempermudah dia.

Peneliti : Apa saudara/i pernah mengunduh aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Pernah.

Peneliti : Saat ingin mengunduh mengunduh suatu aplikasi, saudara/i mengunduhnya berdasarkan rating, komentar atau karena faktor lain ?

Informan : Sebenarnya dari rating, komentar juga tapi tergantung kebutuhannya juga sih. Misalnya, ada rating nya bagus tapi saya gak butuh jadi enggak saya unduh.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai kualitas suara pada aplikasi JOOX ?

Informan : Lumayan bagus kalau menurut saya.

Peneliti : Apakah menurut saudara/i aplikasi *streaming* musik JOOX banyak menyediakan genre musik ?

Informan : Genre musik nya kebanyakan genre musik barat. Enggak ada genre musik dangdut gitu apalagi di-Indonesia kan lebih ke dangdut.

Peneliti : Didalam aplikasi *streaming* musik JOOX, sekarang terdapat fitur baru. Yaitu fitur lirik pada setiap lagu yang akan dimainkan. Bagaimana pendapat anda mengenai fitur ini ?

Informan : Fitur liriknya itu bagus sih. Karena, misalnya kayak tadi kan saya bilang lagu barat jadi kita kayak pelafalan bahasa inggrisnya itu lebih pasih bisa mempermudah kita.

Peneliti : Bagaimana pendapat saudara/i mengenai iklan yang sering muncul pada aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Tergantung iklan nya apasih sebenarnya kan tujuan iklan itu bisa membantu kita mencari sesuatu yang penting gitu. Tapi kalau yang enggak penting itu mengganggu.

Peneliti : Pada aplikasi *streaming* musik JOOX, terdapat dua fitur yang dapat dinikmati. Secara VIP dengan cara memutar video atau menshare lagu yang kita suka kedalam sosial media dan pada fitur satunya lagi dengan cara prabayar, atau membayar setiap bulan. Pada kedua fitur ini, fitur mana kah yang saudara/i sukai ? Berikan alasannya ?

Informan : Sebenarnya ini kalau kita ya, apalagi kita mahasiswa udah banyak pengeluaran walaupun hanya sekedar mendengarkan musik karena kan aplikasi ini semakin lama semakin besar bayarannya. Jadi, membuat orang lari ke aplikasi lain gitu.

Peneliti : Apakah selama saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX mendapatkan kendala ?

Informan : Gak pernah.

Peneliti : Apa pendapat saudara/i mengenai keseluruhan aplikasi *streaming* musik JOOX ?

Informan : Sekarang saya kurang suka mendengarkan musik. Tapi bagi orang yang mau mendengarkan musik aplikasi ini bisa jadi rekomendasi.

Peneliti : Apakah saudara/i merasa terbantu dengan adanya aplikasi *streaming* musik JOOX?

Informan : Terbantu dan tidak terbantu sih.

Peneliti : Setelah saudara/i menggunakan aplikasi *streaming* musik JOOX (Nilai 1-10). Berapakah nilai yang saudara/i berikan pada aplikasi ini. Berikan alasannya ?

Informan : Hmm, 7 lah kak.

2. DOKUMENTASI

- Bersama informan saat melaksanakan seksi wawancara penelitian.





- Foto bersama dengan beberapa informan.





011.11

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Unggul, Cerdas & Terpercaya
menjawab sural ini agar disebukan
lor dan tangainya

Sk-1

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 31 Oktober 2018

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : AZURA SALSABILA
N P M : 1503 110 110
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI / HUMAS
Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3,48

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Opini Mahasiswa Universitas Negeri Medan Terhadap Perceived Quality Aplikasi Streaming Musik JOOX	✓ 31/10-18
2	Manajemen Krisis PT. PLN (PERSERO) Wilayah Sumatera Utara Dalam Menanggapi Opini Masyarakat	
3	Manajemen Public Relation Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kualitatif PT. PLN (PERSERO) Wilayah Sumatera Utara	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl.20....

Ketua,

Pemohon,

(AZURA SALSABILA)

PB: ACHYAR ANSHORI



Unggul, Cerdas dan Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor . 953 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal 31 Oktober 2018 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : AZURA SALSABILA
NPM : 1503110110
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018 / 2019
Judul Skripsi : OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
TERHADAP PERCEIVED QUALITY APLIKASI STREAMING
MUSIK JOOX.

Pembimbing : Akhyar Anshori., S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

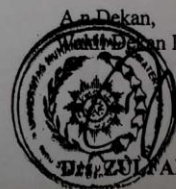
1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal: 31 Oktober 2019.

Ditetapkan di Medan,

Pada tanggal : 22 Safar 1440 H

31 Oktober 2018 M



A.n. Dekan,
Wakil Dekan I

DR. ZUL FAHM, M.I.Kom.

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. Di Medan;

Medan, 30 Januari 2019

SURAT PERMOHONAN PENGGANTIAN JUDUL

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Azura Salsabila

NPM : 1503110110

Kelas : 7 B HUMAS SORE

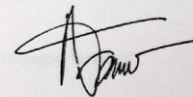
Dengan ini saya mengajukan penggantian judul skripsi,

Judul lama : **"Opini Mahasiswa Universitas Negeri Medan Terhadap Perceived Quality Aplikasi Streaming Musik JOOX"**

Judul baru : **"Opini Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tentang Aplikasi Streaming Musik JOOX"**

Saya yang mengajukan permohonan

penggantian judul skripsi



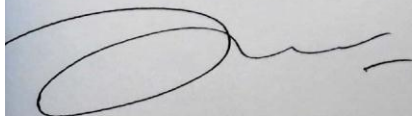
Azura Salsabila

Disetujui Oleh,

Pembimbing

Program Studi Ilmu Komunikasi

FISIP UMSU



Akhyar Anshori, S.Sos.,M.I.Kom

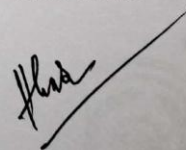
NIDN : 012748401

Diketahui Oleh,

Ketua

Program Studi Ilmu Komunikasi

FISIP UMSU



Nurhasanah Nasution, S.Sos.,M.I.Kom

NIDN : 0110077602



Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 953/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2019

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal : **31 Desember 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **AZURA SALSABILA**
N P M : 1503110110
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TENTANG APLIKASI STREAMING MUSIK JOOX**
Pembimbing : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal : 31 Desember 2019.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 24 Jumadil Awal 1440 H
30 Januari 2019 M

Dekan



Dr. Atfin Saleh, S.Sos., MSP.

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Jika mengawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 953/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2019

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal : 31 Desember 2018 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **AZURA SALSABILA**
N P M : 1503110110
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TENTANG APLIKASI STREAMING MUSIK JOOX**
Pembimbing : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal : 31 Desember 2019.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 24 Jumadil Awal 1440 H
30 Januari 2019 M

Dekan



Dr. Akhyar Saleh, S.Sos., MSP.

- Tembusan :
1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
 2. Pembimbing ybs. di Medan;
 3. Peringgal.



Unggul, Cerdas dan Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth. Medan,20....
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : AZURA SALSABILA
N P M : 1503110110
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI / HUMAS

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 953./SK/II.3/UMSU-03/F/2018.. tanggal 31 OKTOBER 2018 dengan judul sebagai berikut :

OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TERHADAP PERCEMED QUALITY
APLIKASI STREAMING MUSIK JOOX

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposals Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :

Pembimbing

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Km)

Pemohon,

Azura

(AZURA SALSABILA)

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 011/JUND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 06 Januari 2019
 Waktu : 14.00 s.d. Selesai
 Tempat : Ruang 208-C FISIP UMSU
 Pemimpin Seminar : Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
16	DITIA APRILIA	1503110122	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	LUTFI BASIT, ✓ S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI PEMASARAN PT. PEGADAIAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT PADA PROGRAM "GADAI PRIMA"
17	RIZKY MAIKHAIRANI NST	1503110102	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., ✓ M.I.Kom.	OPINI MASYARAKAT TERKAIT PENGGUNAAN GERBANG PEMBAYARAN NASIONAL UNTUK MEMPERMUDAH NASABAH DALAM BERTRANSAKSI
18	EMI PARADISA	1503110045	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI AKSI CEPAT TANGGAP DALAM MENGGALANG DANA MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL
19	AZURA SALSABILA	1503110110	JUNAIDI, S.Pdi., M.Si.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TERHADAP PERCEIVED QUALITY APLIKASI STREAMING MUSIK JOOX
20	BAYU SUGARA	1503110055	JUNAIDI, S.Pdi., M.Si.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, S.Ag., M.A. ✓	AKTIVITAS HUMAS RUMAH SAKIT UMUM Dr. PIRGADI MEDAN DALAM MENGELOLA INFORMASI PUBLIK MELALUI WEBSITE

Medan, 28 Rabiul Akhir 1440 H
05 Januari 2019 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



Unggul, Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : AGURA SALSABILA
NPM : 1503110110
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI / HUMAS
Judul Skripsi : "OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TENTANG APLIKASI STREAMING JOOX".

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	31/10/18	Bimbingan Judul Skripsi dan Tujuan Penelitian	
2.	26/11/18	Bimbingan Proposal Skripsi	
3.	25/12/18	Revisi Proposal Skripsi	
4.	28/01/18	Acc Proposal Skripsi	
5.	30/01/19	Bimbingan BAB I - III	
6.	06/02/19	Revisi BAB I - III	
7.	08/02/19	Acc Bab I - III, Bimbingan Revisi	
8.	14/02/19	Bimbingan Wawancara BAB IV	
9.	04/03/19	Acc BAB IV dan Bimbingan Bab V	
10.	08/03/19	Acc Bab V dan Acc Skripsi	

Medan, ...08 MARET... 2019...

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke : 1..

(Dr. Atifin Saeh, S.Sos, MSP)

(Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I, kom) (Akhidar Anshori, S.Sos, M.I, kom)

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



UMSU
Unggul Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 394/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 15 Maret 2019
Waktu : 07.45 Wib s.d. selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
26	YURIKA FEBRIANTI	1503110027	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	JUNADI, S.Pd, M.Si	PENGARUH KOMUNIKASI KELUARGA TERHADAP KEBERHASILAN PENDIDIKAN ANAK (STUDI PADA SISWA SMK-PAB 8 SAMPAL)
27	AZURA SALSABILA	15030110110	Dr. YAN HENDRA, M.Si	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TENTANG APLIKASI STREAMING MUSIK JOOX
28	M. ADRIANSYAH	1403110243	RAHMANITA GINTING, HJ, Ph.D	CORRY NOVIRICA SINAGA, S.Sos, M.A.	RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI SOLIDARITAS DALAM FILM JEMBATAN PENSIK KARYA HASTO BROTO
29	NIKI EL IMRAN	1503110015	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	DEWI KURNIAWATI, HJ, Ph.D	ANALISIS ISI TOKOH YANG BERMANUVER POLITIK DALAM FILM INFERNAL AFFAIRS
30	GINA RAHMAZARI	1503110052	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	Drs. BAHRUM JAMIL, MAP	PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI BERRYBENKA STORE

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :

Drs. Zulfa H. Arifin, SH, M.Hum
Rektor



Dr. Zulfa H. Arifin, SH, M.Hum

Ketia,

Dr. ARIFIN SALAH, S.Sos, MSP.

Medan, 06 Rajab 1440 H
13 Maret 2019 M

Panitia Ujian



Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Nomor : 223/KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2019
Lampiran : -,-
Hal : **Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa**

Medan, 07 Jumadil Akhir 1440 H
12 Februari 2019 M

Kepada Yth : **Prof. Indra Maipita, M.Si., Ph.D.**
Dekan Fakultas Ekonomi UNIMED
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **AZURA SALSABILA**
N P M : 1503110110
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TENTANG APLIKASI STREAMING JOOX**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan 

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Cc : File.



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

FAKULTAS EKONOMI

Jalan Willem Iskandar Pasar V Medan Estate – Kotak Pos No. 1589
Telp. (061) 6635584, 6613365, 6613276, 6618754, Fax. (061) 6614002 – 6613319
Laman : <http://fe.unimed.ac.id>, email : fe@unimed.ac.id

Nomor : 0377 /UN33.7.1/LL/2019
Hal : Ijin Research/Survey

14 Februari 2019

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Medan

Sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tanggal 12 Februari 2019 dengan hormat kami memberitahukan bahwa kami menyetujui bagi mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara untuk melakukan research/survey di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dalam rangka menyelesaikan studi/penulisan skripsi bagi mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini :

Nama : Azura Salbila
NPM : 1503110110
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Opini Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tentang Aplikasi Streaming Joox

Demikian kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.


Wakil Dekan Bidang Akademik
Dr. Eko Wahyu Nugrahadi, M.Si.
NIP. 196407031991031005



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN EKONOMI
PRODI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN

Jalan Williem Iskandar Psr V- Kotak Pos No.1589 Medan 20221
Telp. (061) 6625973, 6613365, 6618754, Fax (061) 6614002, 061-6613319
Laman : www.fe.unimed.ac.id email : fe@unimed.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : *DS/UN/33.7.5/LL.ADP/2019*

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Prodi Pendidikan Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Menerangkan tentang Izin Mengadakan Penelitian, Maka dengan ini kami informasikan bahwa mahasiswa :

Nama : Azura Salsabila
NIM : 1503110110
Jurusan : Hubungan Masyarakat
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **“Opini Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tentang Aplikasi Streaming JOOX”.**

Adalah benar telah melakukan penelitian pengumpulan data di Fakultas Ekonomi Jurusan Ekonomi Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran di Universitas Negeri Medan, pada tanggal 18-22 Februari 2019.

Kegiatan ini dilaksanakan guna menyelesaikan skripsi pada Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Demikian surat ini diperbuat untuk digunakan seperlunya, terima kasih.

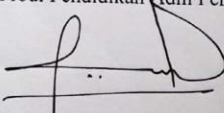


Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Eko Wahyu Nugrahadi, M.Si
NIP. 19640703 199103 1 002

Medan, 22 Februari 2019

Ka. Prodi Pendidikan Adm Perkantoran


Dr. Hasyim, S.Ag., SE., MM
NIP. 19650125 200501 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : **AZURA SALSABILA**

Tempat / Tgl. Lahir : Medan, 08 Desember 1997

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl. Merpati Gg. Buntu No. 4, Sei Sikambang B,
Medan Sunggal.

Ayah : Surya Darma, SE

Ibu : Tengku Thursina Yulitha, Amd.

Pendidikan :

1. Tahun 2003 - 2009 SD YP.MODREN ADNAN
2. Tahun 2009 – 2012 SMP DARUSSALAM MEDAN
3. Tahun 2012 – 2015 SMA RAKSANA MEDAN
4. Tahun 2015 sampai dengan sekarang tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya dan dengan rasa tanggung jawab.

Medan, Maret 2019

AZURA SALSABILA