

Mobile Banking As A Communication Media For Banking Services At Bank BTN Bengkulu Branch

Mobile Banking Sebagai Media Komunikasi Layanan Perbankan Pada Bank BTN Cabang Bengkulu

Robby Kurniawan ¹⁾; Sri Narti ²⁾; Indria ³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ robee.kurniawan14@gmail.com

How to Cite :

Kurniawan, R., Narti, S., Indria. (2022). Mobile Banking As A Communication Media For Banking Services At Bank BTN Bengkulu Branch. *Jurnal ISO*, 2(2). DOI: <https://doi.org/10.53697/iso.v2i2>:

ARTICLE HISTORY

Received [22 Oktober 2022]
Revised [22 November 2022]
Accepted [5 Desember 2022]

KEYWORDS

Mobile Banking, Communication Media, BTN Bank, Lasswell Theory.

This is an open access

article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mobile banking sebagai media komunikasi layanan perbankan pada Bank BTN Cabang Bengkulu. Penelitian ini menggunakan teori Lasswell dalam Kurniawan (2018:62) yang terdiri dari: Who (siapa komunikatornya), say what (pesan apa yang dinyatakannya), in which channel (saluran/media apa yang digunakan), to whom (siapa komunikannya) dan what effect (effect yang diharapkan). Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Who (siapa komunikatornya), komunikator dalam penelitian ini adalah aplikasi mobile banking pada Bank BTN Cabang Bengkulu. Say What (Pesan apa yang dinyatakannya), pesan yang diberikan oleh aplikasi mobile banking dalam penelitian ini yaitu berupa kalimat atau kata-kata dan angka-angka yang diinginkan oleh nasabah sebagai pengguna mobile banking Bank BTN Cabang Bengkulu. In Which Channel (Saluran/media apa yang digunakan), media dalam penelitian ini adalah media yang digunakan oleh nasabah dalam penggunaan mobile banking Bank BTN Cabang Bengkulu yaitu handphone android. To Whom (Siapa komunikannya), komunikator dalam penelitian ini adalah yaitu nasabah Bank BTN Cabang Bengkulu. What Effect (Effect yang diharapkan), effect dalam penelitian ini adalah mengarahkan komunikator (aplikasi) untuk melakukan komunikasi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah sehingga transaksi yang sedang berlangsung melalui aplikasi mobile banking dapat berjalan berhasil dan sukses.

ABSTRACT

This study aims to find out how mobile banking is a communication medium for banking services at Bank BTN Bengkulu Branch, using Lasswell theory in Kurniawan (2018:62) which consists of: Who (who is the communicator), say what (what message he states), in which channel (what channel/media is used), to whom (who is the communicant) and what effect (the expected effect). This research is a qualitative research with a descriptive design. Data collection techniques in this study are primary data and secondary data. The results show that Who (who is the communicator), the communicator in this study is a mobile banking application at Bank BTN Bengkulu Branch. Say What (what message it states), the message given by the mobile banking application in this study is in the form of sentences or words and numbers desired by customers as mobile banking users of Bank BTN Bengkulu Branch. In Which Channel (What channel/media is used), the media in this study is the media used by customers in the use of mobile banking at Bank BTN Bengkulu Branch, namely the android phone. To Whom (Who is the communicant), the communicant in this study is the customer of Bank BTN Bengkulu Branch. What Effect (Expected Effect), the effect in this study is to direct the communicator (application) to communicate according to what the customer wants so that ongoing transactions through the mobile banking application can run successfully and successfully.

PENDAHULUAN

Salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah maraknya penggunaan telepon seluler atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan handphone, selain melalui media internet. Saat ini, banyak aspek kehidupan yang menggunakan media internet dan handphone, termasuk industri perbankan. Perbankan yang dilakukan secara online adalah sistem pengiriman termurah untuk

melakukan layanan perbankan. Salah satu aktifitas perbankan yang memanfaatkan teknologi tersebut adalah layanan m-banking atau mobile banking (Hanif, 2017).

Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan layanan mobile banking sebagai media komunikasi melalui aplikasi yang tersedia di handphone. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank atau ATM.

Saat ini telah banyak bank yang menyediakan akses Mobile banking untuk memudahkan dalam hal mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan perbaikan dari layanan terhadap nasabah, karena pada kenyataannya dalam melaksanakan setiap transaksi perbankan setiap nasabah minimal membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit berada dalam antrian. Hal tersebut cenderung akan berdampak merugikan bagi para nasabah jika waktu dan peluang bisnis mereka tersita hanya untuk bertransaksi di bank.

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan

tanpa perlu datang ke bank atau ke counter ATM kecuali untuk penarikan uang cash. Keunggulan mobile banking yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa batasan waktu. Semakin populernya transaksi perbankan via ponsel (m-banking) maka harapan pemerintah untuk mengurangi penggunaan uang tunai. Bukanlah suatu hal yang mengherankan jika perbankan berlomba-lomba untuk mengembangkan layanan ini (Tritana dan Sari, 2014:682).

Mobile banking merupakan jasa layanan perbankan yang disediakan dalam bentuk aplikasi smartphone untuk memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan, seperti melakukan transfer antar bank, mengecek saldo rekening, melakukan segala macam pembayaran, mengetahui informasi bank dengan mudah dan cepat serta mengetahui kapan terjadinya transaksi melalui mutasi saldo tanpa harus ke bank, sehingga hal tersebut dapat menghemat waktu, tenaga dan pikiran bagi nasabah yang memiliki mobilitas kesibukan yang cukup tinggi.

Dengan adanya handphone dan layanan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone yang terdapat aplikasi mobile banking nasabah dapat bertansaksi dengan menghemat waktu dan biaya. Selain menghemat waktu mobile banking juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media handphone yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi.

Bank BTN Cabang Bengkulu sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa perbankan juga menyediakan fasilitas layanan mobile banking bagi para nasabahnya. Latar belakang adanya mobile banking pada Bank BTN Cabang Bengkulu adalah karena Bank BTN Cabang Bengkulu ingin memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, agar lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, layanan mobile banking juga dapat mengurangi biaya transaksi di dalam bank tersebut.

Layanan mobile banking pada Bank BTN Cabang Bengkulu terus mengalami kemajuan dan peningkatan. Bank BTN Cabang Bengkulu selalu berupaya mengoptimalkan sistem pada layanan mobile banking dengan menambah lebih banyak fitur-fitur yang lebih memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi dan berkomunikasi melalui aplikasi mobile banking yang tersedia pada smartphone (ponsel) para nasabah.

Oleh karena itu dengan adanya mobile banking sebagai perangkat komunikasi dengan berbagai aplikasi (fitur) yang tersedia di dalamnya merupakan salah satu bentuk keseriusan Bank BTN Cabang Bengkulu dalam penggunaan perkembangan teknologi informasi (mobile banking) guna memberikan layanan kemudahan kepada para nasabah dalam melakukan transaksi dan layanan perbankan lainnya, kapan dan dimanapun mereka berada.

Oleh karena itu pihak bank harus lebih bekerja keras untuk memasarkan layanan ini kepada para nasabah untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah akan suatu produk dan jasa. Maka dari itu pihak Bank BTN Cabang Bengkulu harus mengambil andil yang besar untuk dapat memasarkan fasilitas mobile banking sebagai salah satu media komunikasi layanan perbankan agar para nasabah lebih tertarik dan berkeinginan menggunakan fasilitas ini.

LANDASAN TEORI

Konsep Mobile Banking

Bank selalu memudahkan nasabah dalam bertransaksi salah satunya dengan layanan mobile banking, mobile banking merupakan layanan yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Terkait layanan yang disediakan oleh bank, saat ini bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan menciptakan media layanan transaksi perbankan salah satunya mobile banking.

Layanan mobile banking memberikan kesempatan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel pintar (smartphone). Layanan ini bermanfaat untuk memberikan kepuasan kepada nasabah atas produk dan jasa yang diberikan bank.

Mobile banking (m-banking) diluncurkan pertama kali oleh Excelcom pada akhir 1995 dan respon yang didapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan mobile banking ini juga disebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi. Teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada di seluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan mobile banking.

Media Baru (New Media)

New media sebuah istilah yang muncul di akhir abad ke-20 untuk menandai bergabungnya media tradisional seperti film, foto, musik, rekaman dan tulisan, dengan kekuatan komputerisasi dan teknologi komunikasi, peralatan konsumen berbasis komputer dan yang paling penting, internet. Media baru memungkinkan akses tanpa batas, kapan saja, di mana saja dan dengan perangkat digital apapun. Perangkat yang mendukung untuk menyediakan fasilitas umpan balik secara langsung, berbagai partisipasi kreatif, dan terbentuknya berbagai komunitas yang mengiringi konten-konten media (Pramana, 2016:18).

Menurut pendapat Pierre Levy dalam Novi (2017:18) yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori new media, terdapat dua pandangan, Pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang world wide web (www) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka. Fleksibel dan dinamis yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru. Pandangan kedua yaitu pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyuguhkan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

Konsep Media Komunikasi

Media komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti telinga dan mata. Media juga merupakan jendela yang memungkinkan kita untuk dapat melihat lingkungan yang lebih jauh, sebagai penafsir yang membantu memahami pengalaman, landasan penyampai informasi dan sebagai komunikasi interaktif yang meliputi opini audiens.

Menurut Morissan (2013:6) media komunikasi merupakan sebagai suatu alat pembawa pesan sehingga memungkinkan pesan yang dibuat oleh subjek komunikasi tersampaikan pada objek komunikasi yang berada di belahan bumi yang lain, tempat yang lain, atau pada waktu tertentu yang tidak memungkinkan antara subjek dan objek komunikasi untuk bertemu, seperti misalnya media baru yang dapat dipelajari dengan teori media baru.

Menurut Suryanto (2015:185) media komunikasi adalah perantara dalam menyampaikan komunikasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut.

Berdasarkan pendapat pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa media komunikasi pada prinsipnya adalah suatu alat pembawa pesan subjek komunikasi agar dapat diterima oleh objek komunikasi.

Menurut Nurhayati (2013:16) Media komunikasi merupakan sebuah alat yang dipakai sebagai penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak. Media sangat dominan dalam berkomunikasi ialah pancaindra manusia seperti mata dan telinga. Media juga adalah jendela yang memungkinkan semua orang dapat melihat lingkungan yang lebih jauh, untuk penafsir yang membantu memahami

pengalaman, untuk landasan penyampaian informasi, sebagai komunikasi interaksi yang merupakan opini audiens, sebagai penanda pemberi petunjuk atau intruksi. Salah satu bentuk media komunikasi yaitu dengan penggunaan mobile banking pada dunia perbankan, terjadinya komunikasi atau interaksi antara pengguna (nasabah) dengan aplikasi mobile banking tersebut sebagai media.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, karena mengungkapkan fenomena-fenomena atau masalah-masalah berlandaskan atas logika keilmuan. Penelitian deskriptif kualitatif menurut Mukhtar (2013:29) adalah sebuah penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan sebuah fakta empiris secara objektif ilmiah dengan berlandaskan pada logika keilmuan, prosedur, dan didukung oleh metodologi dan teoritis yang kuat sesuai disiplin keilmuan yang ditekuni. Penelitian ini menyajikan analisis terhadap fenomena melalui kata-kata, bukan angka-angka. Hasil penelitian merupakan gambaran dari fakta yang ditemukan di lapangan yang akan diolah secara lebih dalam dan terperinci. Dalam penelitian ini, penulis ingin mendapatkan gambaran yang jelas mengenai mobile banking sebagai media komunikasi layanan perbankan pada Bank BTN Cabang Bengkulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bank menyediakan layanan mobile banking untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai pemanfaatan media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ke ATM, kecuali untuk melakukan transaksi setoran dan tarik uang secara tunai. Nasabah dapat bebas melakukan transaksi apa saja selama terdapat pada fitur transaksi. Transaksi yang dapat dilakukan tampil dalam bentuk fitur dalam aplikasi mobile banking, di luar fitur tersebut tidak dapat dilakukan.

Mobile banking sebagai media komunikasi berlangsung pada saat nasabah melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi mobile banking. Komunikasi berlangsung dengan adanya fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi mobile banking tersebut, ketika nasabah mulai menjalankan aplikasi mobile banking yang diawali dengan fitur aktivasi dan pengaturan. Seluruh fitur yang terdapat di dalam aplikasi mobile banking Bank BTN Cabang Bengkulu memberikan pesan atau informasi yang diperlukan oleh nasabah dalam bentuk kata-kata atau kalimat dan angka-angka tertentu yang memberikan kemudahan dan mempercepat sebuah informasi antara komunikator dengan komunikan dalam berkomunikasi.

Komunikasi yang berlangsung pada aplikasi mobile banking merupakan bagian dari komunikasi virtual dimana proses penyampaian dan penerimaan pesan menggunakan jaringan internet. Komunikasi virtual merupakan salah satu bagian dari inovasi-inovasi dari perkembangan media baru atau new media yang dikembangkan dalam dunia perbankan dalam bentuk aplikasi mobile banking.

Who (siapaakah komunikatornya)

Dalam stratgis komunikasi, komunikator memiliki peranan yang sangat penting karena komunikator sumber dari seluruh aktivitas komunikasi. Komunikator dalam penelitian ini adalah aplikasi mobile banking pada Bank BTN Cabang Bengkulu.

Say What (Pesan apa yang dinyatakannya)

Pesan yang diberikan oleh aplikasi mobile banking dalam penelitian ini yaitu berupa kalimat atau kata-kata dan angka-angka yang diinginkan oleh nasabah sebagai pengguna mobile banking Bank BTN Cabang Bengkulu. Pesan yang disampaikan secara singkat, padat dan jelas sehingga akan mudah diterima oleh komunikan.

In Which Channel (Saluran/media apa yang digunakan)

Media dalam penelitian ini adalah media yang digunakan oleh nasabah dalam penggunaan mobile banking Bank BTN Cabang Bengkulu yaitu handphone android.

To Whom (Siapa komunikannya)

Komunikan dalam penelitian ini adalah yaitu para nasabah sebagai pengguna aplikasi mobile banking Bank BTN Cabang Bengkulu.

Whit What Effect (Effect yang diharapkan)

Effect dalam penelitian ini adalah mengarahkan komunikantor (aplikasi) untuk melakukan komunikasi sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah sehingga transaksi yang sedang berlangsung melalui aplikasi mobile banking dapat berjalan berhasil dan sukses.

Bagi sebagian orang (nasabah) yang sudah terbiasa menggunakan aplikasi mobile banking tentunya tidak menemui masalah atau terkendala ketika menggunakan aplikasi mobile banking. Tetapi bagi para nasabah yang baru mengenal atau menggunakan aplikasi mobile banking tersebut tentunya sedikit banyak akan menemui kendala karena penggunaan layanan mobile banking merupakan pengalaman baru bagi nasabah.

Akan tetapi dengan mau belajar sendiri atau mencari informasi melalui teman, keluarga lainnya yang telah menggunakan aplikasi mobile banking, belajar melalui google dan sering menggunakan aplikasi mobile banking tersebut dengan sendirinya para nasabah akan dapat menjalankan aplikasi mobile banking tersebut dengan baik dan tidak menemui kendala atau hambatan selama nasabah tersebut benar-benar ingin belajar dalam penggunaan aplikasi mobile banking tersebut untuk memudahkan pekerjaan mereka.

Dengan memanfaatkan aplikasi mobile banking memberikan kemudahan kepada para nasabah dalam melakukan pembayaran seperti pembayaran rekening listrik, PAM, pajak kendaraan bermotor, kredit perumahan, TV berlangganan, uang kuliah dan pembelian kouta internet, registrasi ulang mobile banking. Penggunaan aplikasi mobile banking oleh nasabah Bank BTN Cabang Bengkulu terbukti dapat mengurangi antrian para nasabah datang ke bank hanya untuk melakukan transaksi tersebut.

Dengan menggunakan aplikasi mobile banking, transaksi seperti transfer uang sesama bank atau lain bank, cek saldo, pembelian dan pembayaran tagihan listrik, telepon, PDAM dapat dilakukan oleh nasabah dimanapun mereka berada dan tidak memakan waktu yang lama, tidak seperti di saat nasabah harus antri di bank atau di ATM yang membutuhkan waktu tidak sedikit. Dengan rentang waktu yang terbuang sia-sia tersebut hanya untuk mengantri, mestinya waktu tersebut dapat digunakan oleh para nasabah untuk kegiatan atau aktifitas lainnya sehingga pekerjaan yang telah direncanakan dapat selesai tepat waktu. Terlebih lagi bagi para nasabah yang mempunyai jadwal yang padat tentunya sangat merugikan dengan waktu yang terbuang begitu saja hanya untuk mengantri. Hasil penelitian didukung dengan teori Burgon dan Huffner dalam Novianti (2014:37) yang menyebutkan bahwa fungsi media komunikasi efisiensi penyebaran informasi; efisiensi yang dimaksudkan di sini ialah penghematan dalam biaya, tenaga, pemikiran dan waktu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Who (siapakah komunikatornya), komunikator dalam penelitian ini adalah aplikasi mobile banking pada Bank BTN Cabang Bengkulu.
2. Say What (Pesan apa yang dinyatakannya), pesan yang diberikan oleh aplikasi mobile banking dalam penelitian ini yaitu berupa kalimat atau kata-kata dan angka-angka. Pesan yang disampaikan secara singkat, padat dan jelas sehingga akan mudah diterima oleh komunikan.
3. In Which Channel (Saluran/media apa yang digunakan), media dalam penelitian ini adalah media yang digunakan oleh nasabah dalam penggunaan mobile banking Bank BTN Cabang Bengkulu berupa handphone android.
4. To Whom (Siapa komunikannya), komunikan dalam penelitian ini adalah yaitu para nasabah sebagai pengguna aplikasi mobile banking Bank BTN Cabang Bengkulu.
5. What Effect (Effect yang diharapkan), effect dalam penelitian ini adalah mengarahkan komunikantor (aplikasi) untuk melakukan komunikasi sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah sehingga transaksi yang sedang berlangsung melalui aplikasi mobile banking dapat berjalan berhasil dan sukses.

Saran

1. Diharapkan kepada para nasabah pengguna mobile banking Bank BTN Cabang Bengkulu saat pengisian PIN diisi dengan nomor PIN yang mudah diingat bagi pengguna, bila perlu dicatat lalu disimpan secara pribadi dan hanya nasabah sendiri yang mengetahui, sehingga apabila PIN salah atau lupa dapat dengan cepat mengecek. Tidak kemudian membuat transaksi tidak dapat berjalan karena lupa atau salah PIN.
2. Diharapkan kepada nasabah yang baru menggunakan aplikasi mobile banking apabila menemui kendala dalam pengoperasian aplikasi mobile banking untuk tidak malu bertanya dan mencari informasi baik melalui teman, rekan kerja, saudara atau keluarga lainnya yang telah menggunakan aplikasi mobile banking lebih dahulu dari kita atau belajar melalui video-video yang terdapat youtube.

Sehingga nasabah tidak terkendala dalam pengoperasian aplikasi mobile banking yang merupakan pengalaman baru bagi nasabah.

3. Hendaknya pihak Bank BTN Cabang Bengkulu menambahkan fitur-fitur berupa fitur chat, fitur komunikasi dua arah dan in which channel (saluran/media apa yang digunakan) tidak hanya tergantung pada handphone android tetapi juga dapat terhubung melalui laptop, tablet dan m-case yang tersedia di kantor Bank BTN terdekat atau di sekitar geray-geray ATM Bank BTN.
4. Hambatan di dalam penggunaan aplikasi mobile banking yaitu terjadinya gangguan pada jaringan internet atau sinyal dan lupa pin.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Irdam. 2011. Spanduk dan Stiker sebagai Media Komunikasi untuk Melaporkan Peristiwa Kependudukan. Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 9. No. 1. 2011. Hal. 28.
- Ananda, Rizky, Muhammad. 2017. Peran Media Komunikasi Dan Informasi Dalam Menjangkau Calon Siswa Baru Di SMKN 7 Samarinda. eJournal Ilmu Komunikasi. Volume 5. No. 3. ISSN 2502-5961.
- Bryman, Alan. 2015. Social Research Methods. New York. Oxford University Press.
- Fatmawati, Endang. 2015. Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. Jurnal Iqra. Volume 09. No. 01.
- Habibi dan Zaky, 2015. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. Jurnal 2014. Universitas Brawijaya Malang.
- Hanif et al. 2017. Analisis Minat Pengguna Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang Telah Dimodifikasi. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi. Vol. 4. No. 1. Hal. 24.
- Herlina, Novi. 2017. Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. Jurnal Risalah Vol. 4. No. 2.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2013. Tentang Standar Pelayanan Perbankan. Jakarta.
- Ismail. 2015. Perbankan Syariah. Jakarta. Kencana Prenada Media Group
- Kasmir. 2015. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta. Rajawali Press.
- Moleong, Lexy. J. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Morrisan. 2013. Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Cetakan 1. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Mubiyantoro, Ari dan Syaefullah. 2013. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking. Jurnal Akuntansi. Universitas Brawijaya Malang.
- Nurhayati. 2013. Psikologi Dalam Pendidikan. Bandung. Alfabet.
- Rahmat, Jalaludin. 2013. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Riswandi, Agus, B. 2015. Aspek Hukum Internet Banking. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Rivai, Veithzal, dkk. 2013. Commercial Bank Management: Manajemen Perbankan Dari Teori Ke Praktik. Edisi 1. Jakarta. Rajawali Press.
- Sa'diyah, Mahmudatus dan Aziroh, Nur. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus. Jurnal Equilibrium. Vol. 1. No. 1. Hal. 119.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D). Bandung. Alfabeta.
- Suryanto. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung. Pustaka Setia.
- Syaibani, Yunus Ahmad. 2011. New Media Teori dan Aplikasi. Jakarta: Lindu Pustaka.
- Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998. Tentang Perbankan. Jakarta.
- Wahyu Agus Winarno. Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified). e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017. Volume IV (1): Hal. 24-29.
- Winarno, Budi. 2017. Manajemen Pemasaran Bank. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Witya Pratiwi Wulandari. 2018. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam. Skripsi. Tidak Dipublikasikan. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Wulandari, Putri, Novitasari dan Moeliono, Karina, Nadya. 2017. Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung. Journal Bisnis dan Iptek ISSN:2502-1559. Volume 10 No. 2. Hal. 139-149.

