

DAFTAR PUSTAKA

- Angkari, S. (2013). Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Good Morning Hard Rockers on Sbo. *Jurnal E-Komunikasi*, 1, 11.
- Ariani, S. A., & H. Nurmariati, A. (2022). Motif Subscriber Menonton Vlog Odg di Rian Tv youtube Channel Terhadap Kepuasan Menonton. *Inter Script : Journal of Creative Communication*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.33376/is.v4i1.1365>
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2018). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Burnaz, S., & Acikgoz, F. (2021). The influence of “influencer marketing” on YouTube influencers. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 15(2), 201. <https://doi.org/10.1504/ijima.2021.10036966>
- databoks.katadata.co.id. (2021). *Databoks*.
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>
- David, E., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Acta Diurna*, 6(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/index/index>
- Farras, Z., & Fuady, I. (2022). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Kecemasan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 194–203. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v6i2.8812>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 22 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusti Agung Putri Dinda Kartika, I., Dewa Ayu Sugiarica Joni, I., & Devia Pradipta, A. (2022). *Motif Dan Kepuasan Anak Muda Kota Denpasar Menonton Mukbang Farida Nurhan Melalui Platform Youtube*.
- Hardani, H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustakal Ilmu.
- Hariyanto, D., & Mariyanto, A. P. P. (2020). Motif Menonton Vlog “Keluarga Beti” Channel Youtube Arif Muhammad. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 67–72. <https://doi.org/10.21070/kanal.v8i2.264>

- <https://indoexoticpets.com/>. (2022). (1) *Indo Exotic Pets* - YouTube. <https://www.youtube.com/c/IndoExoticPets/videos>
- Huang, Y. T., & Su, S. F. (2018). Motives for instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, 10(8). <https://doi.org/10.3390/fi10080077>
- Indrawan, R., & Yuniawati, R. P. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan campuran untuk Manajemen, pembangunan dan pendidikan*. Rafika Aditama.
- Kaban, S. C. B., Gelgel, N. M. R. A., & Pradipta, A. D. (2018). Motif Dan Kepuasan Menonton Video Blog Di Kalangan Anak Muda Kota Denpasar. *E-Jurnal Medium*, 1(2), 1–8. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/40083>
- Koktener, A., & Algul, A. (2019). Youtube Motivations of University Students in the Context of Uses and Gratifications Approach. *Turkish Online Journal of Design Art Communication, CTC*(2019), 13–31. https://doi.org/10.7456/ctc_2019_02
- Kristiadi, A. A. (2018). *Manajemen Relasi Komunitas Online* (Ed. I). CV. Andi Offset. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_RELASI_KOMUNITAS_ONLINE/te1uDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=faktor+pembentuk+komunitas&pg=PA74&printsec=frontcover
- Krisyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Lo, S. (2021). Analisis Faktor Dalam Keputusan Pembelian Reptil Eksotis Cv. Kuraku Indonesia. *Performa*, 6(3), 189–196. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2369>
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa* (Ed. 1, Cet). PT. Raja Grafindo Persada.
- Nurudin. (2017). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Rajawali Press.
- Pasha, Saadia Anwar, Amina Rasheed, S. A. (2021). Youtube Usage Motivation among Students: Uses and Gratification Analysis. *Research Gate*. [https://doi.org/10.31703/gssr.2021\(vi-i\).32](https://doi.org/10.31703/gssr.2021(vi-i).32)
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia.
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Sagita, N. A. S., & Adim, A. K. (2022). Motif Subscribers Menonton Channel Youtube Nessie Judge. *EProceedings ...*, 9(3), 1611–1618. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18044%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18044/17673>
- Sarwono, J. (2016). *Prosedur-prosedur Analisis Populer Aplikasi Riset Skripsi dan Tesis dengan Eviews*. Gava Media.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa* (5th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Sewaka, Anggraini, K., & Sunarsih, D. (2022). *Digital Marketing*. Pascal Books.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survei*. lp3s.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Zahrah, I., & Hussin, M. (2022). Motives on YouTube Usage Among Undergraduate Students for Self-Satisfaction. *Journal of Media and Information Warfare*, 15(1), 99–110.