

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023). Pengguna YouTube di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada Awal 2023. Diambil 25 Juli 2023, dari [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023#:~:text=Popularitasnya menempati peringkat kedua media,seluruh dunia pada Januari 2023](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023#:~:text=Popularitasnya%20menempati%20peringkat%20kedua%20media,seluruh%20dunia%20pada%20Januari%202023).
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (cet. ke-5). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baskoro, A. (2009). *Panduan Praktis Searching di Internet*. Jakarta Selatan: PT. Trans Media.
- Blade, S. (2023). Buiramira Official's YouTube Stats. Diambil dari <https://socialblade.com/youtube/c/buiramiraofficial>
- Dwilestari, G., & Fithrah, D. S. A. (2018). Motif Penggunaan Aplikasi Bigo Live Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Motif Of Using Bigo Live Application Among Students Of Communication Sciences Major In Telkom University Broadcaster Bigo Live disebut juga Bigo Host , Bi, 3(1), 67–80. Diambil dari <http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/12901/pdf>
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gloria, B. C., Luik, J. E., & Tjahyana, L. J. (2021). Motif dan Kepuasan Subscribers Menonton Channel Youtube Jess No Limit. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2), 1–12. Diambil dari <https://dewey.petra.ac.id/catalog/digital/detail?id=49851>
- Hanson, G., & Haridakis, P. (2008). YouTube Users Watching and Sharing the News: A Uses and Gratifications Approach. *Journal of Electronic Publishing* 11.
- 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>
- Hou, Z., & Choi, C. (2019). Research on Influencing Factors of YouTube Chinese Vdeo User Subscription Motivation: Centered on the Censydiam User Motivation Analysis Model. *International Journal of Internet, Broadcasting and Communication*, 11(3), 95–105. Diambil dari <http://dx.doi.org/10.7236/IJIBC.2019.11.3.95>
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (First Edit). Bandung: Alfabeta.
- Kemp, S. (2023). Digital 2023: Indonesia. Diambil dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia?rq=indonesia>
- Köktener, A., & Algül, 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

- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Edisi 1). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liani, D. N., & Rina, N. (2020). Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind). *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20(1), 63–67. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>
- Liany, A. (2021). *Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Di Kalangan Anak - Anak*. UMM Institutional Repository. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (Edisi 6). Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nuzuli, A. K., & Natalia, W. K. (2022). Motif Penggunaan Aplikasi Tik Tok di Kota Semarang. *Jurnal InterAct*, 10(2), 47–58. <https://doi.org/10.25170/interact.v10i2.3151>
- Oktaviana, I. (2020). *Motif Subscribers Menonton Channel Youtube Motomobi*. Telkom University. Diambil dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/165132/slug/motif-subscribers-menonton-channel-youtube-otomotif-motomobi.html>
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137. <https://doi.org/10.3991/IJIM.V14I04.12429>
- Pasha, S. A., Rasheed, A., & Ali, S. (2021). YouTube Usage Motivation among Students: Uses and Gratification Analysis. *Global Social Sciences Review*, VII(II), 318–329. [https://doi.org/10.31703/gssr.2021\(vi-ii\).32](https://doi.org/10.31703/gssr.2021(vi-ii).32)

- Pratama, I. P. A. E. (2020). *Social Media dan Social Network*. Bandung: Informatika Bandung.
- Rachmalita, W. P. (2022). *Pengaruh Konten Tutorial Editing Video Channel Youtube Daunnet Films Terhadap Peningkatan Kemampuan Editing Video*. Universitas Islam Sultan Agung. Diambil dari <http://repository.unissula.ac.id/18285/>
- Sagita, N. A. S. (2022). *Motif Subscribers Menonton Channel Youtube Nessie Judge. eProceedings* Diambil dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18044%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18044/17673>
- Satori, D., & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Setyawan, S., & Putra, R. A. (2022). Motivasi Subscribers Dalam Menonton Channel Youtube Gadgetin. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 6(1), 123. <https://doi.org/10.24853/pk.6.1.123-128>
- Shaleh, A. R. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono, P. D. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sule, E. T., & Saefullah, K. (2010). *Pengantar Manajemen (Edisi 1)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suratmas, S. A. (2022). *Motif Subscribers Menonton Channel Youtube Deddy Corbuzier*. Universitas Mercu Buana. Diambil dari <http://repository.mercubuana.ac.id/68878/>
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa (Edisi 8)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- 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. Diambil dari <https://jmiw.uitm.edu.my/images/Journal/Vol15No1/8-Motives-on-YouTube-Usage-Among-Undergraduate-Students-for-Self-Satisfaction.pdf>