

**PENGARUH TERPAAN MEDIA YOUTUBE MUSIC
TERHADAP MINAT MENDENGARKAN MUSIK POPULER
(Studi Korelasional pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri
di Kota Bandung Pendengar YouTube Music “Efek Rumah
Kaca”)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)



oleh
Kahfi Fathia Ramadhan
NIM 1805789

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN
Pengaruh Terpaan Media Youtube Music
Terhadap Minat Mendengarkan Musik Populer
(Studi Korelasional pada Mahasiswa Peguruan Tinggi Negeri
di Kota Bandung Pendengar YouTube Music “Efek Rumah Kaca”)

oleh
Kahfi Fathia Ramadan
NIM 1805789

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Johar Permana, M.A.
195908141985503104

Pembimbing II,



Firman Aziz, S.Pd., M.Pd.
NIP 198302152009121004

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.
NIP 198507172014041001

**Pengaruh Terpaan Media Youtube Music
Terhadap Minat Mendengarkan Musik Populer
(Studi Korelasional pada Mahasiswa Peguruan Tinggi Negeri
di Kota Bandung Pendengar YouTube Music “Efek Rumah Kaca”)**

oleh
Kahfi Fathia Ramadan

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Kahfi Fathia Ramadan 2024
Universitas Pendidikan Indonesia
November 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan skripsi dengan judul “**Pengaruh Terpaan Media Youtube Music Terhadap Minat Mendengarkan Musik Populer** (Studi Korelasional pada Mahasiswa Peguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung Pendengar YouTube Music “Efek Rumah Kaca”)” adalah benar-benar murni karya dan hasil pemikiran saya sendiri. Saya tidak menjiplak atau mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Desember 2024
Yang Membuat Pernyataan



Kahfi Fathia Ramadan

NIM 1805789

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, salawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan umat muslim sepanjang zaman. Berkat ridho dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Media Youtube Music Terhadap Minat Mendengarkan Musik Populer (Studi Korelasional pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung Pendengar YouTube Music “Efek Rumah Kaca”)” ini dengan baik.

Skripsi penelitian ini terdiri dari lima bab. BAB I PENDAHULUAN memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. BAB II KAJIAN PUSTAKA memuat teori yang relevan dengan tema penelitian yang dilakukan, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, paradigma penelitian, dan hipotesis penelitian. BAB III METODOLOGI PENELITIAN memuat desain penelitian, tempat, waktu, dan partisipan penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik penganalisan data, operasional variabel, pengujian instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN memuat deskripsi subjek penelitian, karakteristik responden, analisis statistik deskriptif tanggapan responden, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian. BAB V PENUTUP memuat simpulan penelitian, implikasi penelitian, dan rekomendasi hasil penelitian. Pada proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari adanya kekurangan ataupun kesalahan. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

Bandung, 3 Desember 2024



Kahfi Fathia Ramadhan

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas penyelesaian skripsi Pengaruh Terpaan Media Youtube Music Terhadap Minat Mendengarkan Musik Populer (Studi Korelasional pada Mahasiswa Peguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung Pendengar YouTube Music “Efek Rumah Kaca”), penulis menyadari adanya hambatan dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua yang terlibat membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu:

1. Allah SWT atas ridho dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia periode 2020-2025 beserta jajarannya.
3. Bapak Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.H., S.I.P., S.A.P., S.Pd., M.Si., M.H., CPM., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial beserta jajarannya.
4. Bapak Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi beserta jajarannya.
5. Bapak Prof. Dr. H. Johar Permana, M.A., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan, serta motivasi selama penyusunan skripsi.
6. Bapak Firman Aziz, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan, serta motivasi selama penyusunan skripsi.
7. Para Dosen beserta Staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan penulis ilmu pengetahuan selama menempuh perkuliahan.
8. Ayah, Mamah, Nenek, Adik-adik, serta keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan moril maupun materil.
9. Teman-teman HARDLINE yang telah memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi.

10. Teman-teman Sekretariat IMASI yang telah menjadi tempat keluh kesah dan menjadi rumah kedua bagi penulis.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2018 yang selalu bersedia membantu penulis dalam masa perkuliahan maupun penyusunan skripsi.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi dan bantuan.

Bandung, Desember 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kahfi Fathia Ramadhan', with a large, sweeping flourish at the end.

Kahfi Fathia Ramadhan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan media YouTube Music grup “Efek Rumah Kaca” terhadap minat mendengarkan musik mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Bandung. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah terpaan media YouTube Music berisikan subvariabel durasi, frekuensi, dan atensi yang kemudian diukur pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y) yaitu minat mendengarkan musik populer. Penelitian ini menggunakan metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan responden sebanyak 300 orang. Adapun teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah subvariabel durasi terpaan media tidak menunjukkan pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam mendengarkan musik, subvariabel frekuensi menunjukkan terdapat pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam mendengarkan musik, dan subvariabel atensi menunjukkan terdapat pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam mendengarkan musik. Simpulan penelitian ini adalah terpaan media YouTube Music (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mendengarkan musik populer (Y).

Kata Kunci: Media, YouTube Music, Media YouTube Music, Terpaan Media, Minat Mendengarkan Musik

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of exposure to the YouTube Music media group "Efek Rumah Kaca" on the interest in listening to music of state university students in the city of Bandung. The independent variable (X) in this research is exposure to YouTube Music media containing the sub-variables duration, frequency and attention which are then measured for their effect on the dependent variable (Y), namely interest in listening to popular music. This research uses a correlational method with a quantitative approach. Data was collected through a questionnaire with 300 respondents. The sampling technique in this research used simple random sampling. The results found in this research were that the media exposure duration sub-variable showed no influence on students' interest in listening to music, the frequency sub-variable showed there was an influence on students' interest in listening to music, and the attention sub-variable showed there was an influence on students' interest in listening to music. The conclusion of this research is that exposure to YouTube Music media (X) has a significant influence on interest in listening to popular music (Y).

Keywords: *Media, YouTube Music, YouTube Music Media, Media Exposure, Interest in Listening to Music*

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Segi Teoretis	10
1.4.2 Manfaat Segi Praktis.....	10
1.4.3 Manfaat Segi Kebijakan	11
1.4.4 Manfaat Segi Isu dan Aksi Sosial.....	11
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Komunikasi Massa.....	13
2.2 Media Sosial	17
2.3 Youtube Music.....	21
2.4 Minat Mendengarkan Musik	23
2.5 Terpaan Media	24
2.6 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	26
2.7 Penelitian Terdahulu	30
2.8 Kerangka Berpikir	35
2.9 Paradigma Penelitian	36
2.10 Hipotesis Penelitian	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian.....	38
3.3 Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian.....	39
3.4 Objek dan Subjek Penelitian.....	39
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.6 Instrumen Penelitian	42
3.7 Teknik Pengumpulan Data	43
3.8 Teknik Pengolahan Data.....	44
3.9 Teknik Penganalisisan Data.....	44
3.10Operasional Variabel	46
3.11Pengujian Instrumen Penelitian	49
3.11.1 Uji Validitas.....	49
3.11.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.12Uji Asumsi Klasik	52
3.12.1 Uji Normalitas	52
3.12.2 Uji Multikolinieritas	53
3.12.3 Uji Heteroskedastisitas	53
3.13Uji Hipotesis	54
3.13.1 Uji Korelasi.....	54
3.13.2 Uji Regresi Linear Berganda	55
3.13.3 Uji Simultan (Uji F).....	55
3.13.4 Uji Secara Parsial (Uji T)	56
3.13.5 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R^2	56
3.14Prosedur Penelitian	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Profil Responden	58
4.2 Karakteristik Responden.....	58
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi Negeri	60
4.3 Analisis Dekripsi Tanggapan Responden	62
4.3.1 Gambaran Umum Pengaruh Terpaan Media YouTube Music	63
4.3.2 Sebaran Frekuensi Pengaruh Terpaan Media YouTube Music	64
4.3.3 Gambaran Umum Pengaruh Durasi Terpaan Media YouTube Music	65
4.3.4 Sebaran Frekuensi Pengaruh <i>Durasi</i> Terpaan Media YouTube Music	66
4.3.5 Gambaran Umum Pengaruh Frekuensi Terpaan Media YouTube Music	66
4.3.6 Sebaran Frekuensi Pengaruh <i>Frekuensi</i> Terpaan Media YouTube Music	67
4.3.7 Gambaran Umum Pengaruh Atensi Terpaan Media YouTube Music	68
4.3.8 Sebaran Frekuensi Pengaruh <i>Atensi</i> Terpaan Media YouTube Music	69
4.3.9 Gambaran Umum Minat Mendengarkan Musik	69
4.3.10 Sebaran Frekuensi Minat Mendengarkan Musik	70
4.4 Uji Asumsi Klasik	71
4.4.1 Uji Normalitas	72
4.4.2 Uji Multikolinearitas	73
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.5 Uji Hipotesis	74
4.5.1 Uji Korelasi	76
4.5.2 Uji Regresi Linear Berganda	78
4.5.3 Uji Simultan (Uji F)	79
4.5.4 Uji Secara Parsial (Uji T)	79
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R ²	81
4.6 Pembahasan	84

4.6.1	Signifikansi <i>Durasi</i> Terpaan Media YouTube Music Terhadap Minat Mendengarkan Musik Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung.....	84
4.6.2	Signifikansi <i>Frekuensi</i> Terpaan Media YouTube Music Terhadap Minat Mendengarkan Musik Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung.....	85
4.6.3	Signifikansi <i>Atensi</i> Terpaan Media YouTube Music Terhadap Minat Mendengarkan Musik Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung.....	85
4.6.4	Signifikansi Pengaruh Terpaan Media YouTube Music Terhadap Minat Mendengarkan Musik Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung.....	86
BAB V PENUTUP		88
5.1	Simpulan.....	88
5.2	Implikasi	89
5.2.1	Implikasi Teoretis	89
5.2.2	Implikasi Praktis	89
5.3	Rekomendasi.....	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN-LAMPIRAN		92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Bobot Pengukuran.....	43
Tabel 3.2 Distribusi Frekuensi	45
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 3.6 Nilai Koefisien Korelasi.....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi Negeri..	60
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi	63
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Terpaan Media YouTube Music	64
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Terpaan Media YouTube Music.....	64
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Subvariabel Durasi.....	65
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Subvariabel Durasi	66
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Subvariabel Frekuensi	66
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Subvariabel Frekuensi	67
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Subvariabel Atensi.....	68
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Subvariabel Atensi.....	69
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Minat Mendengarkan Musik.....	69
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Minat Mendengarkan Musik	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Asumsi Klasik	71
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	72
Tabel 4.17 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	74
Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas.....	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Korelasi.....	77
Tabel 4.20 Kategori Tingkat Korelasi.....	77
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.22 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	80
Tabel 4.23 Distribusi Nilai T	82

Tabel 4.24 Hasil Uji T.....	83
-----------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Internet Inndonesia Tahun 2023	5
Gambar 2. 1 Model Teori <i>Uses and Gratification</i>	29
Gambar 4.1 Hasil Grafik <i>Normal P-P Plot</i>	73
Gambar 4.2 Hasil Grafik <i>Scatterplot</i>	76

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening Media.
- Amanda, R. (2022). Music streaming dalam industri musik era industri 4.0. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 358–382. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3772>
- Andaryani, E. T. (2019). Pengaruh Musik dalam Meningkatkan Mood Booster Mahasiswa (The Effects of Music in Improving Student's Mood Booster). *Musikolastika Jurnal Pertunjukkan & Pendidikan Musik*, 1(2), 109–115.
- Ariestama, M., & Zulfebriges. (2021). Pengaruh Terpaan Media Streaming Musik terhadap Minat Dengar pada Mahasiswa Kota Bandung. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7(2), 405–409.
- Ayuningtyas, F., Pratiwi, M. M., & Manihuruk, H. (2023). Terpaan Media di Instagram Terhadap Brand Image Pada Followers Akun Instagram @menantea.toko. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.4437>
- Bustami, Abdullah, D., & Fadlisyah. (2014). *Statistika; Terapannya pada Bidang Informatika*. Graha Ilmu. <http://repository.unimal.ac.id/id/eprint/2485>
- Darmawan, C., Silvana, H., Zaenudin, H. N., & Effendi, R. (2019). Pengembangan hubungan interpersonal remaja dalam penggunaan media sosial di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(2), 159. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i2.21163>
- Deborah, T., & Anggraeni, D. (2022). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung pada Sial Interfood Expo Jakarta 2022. *Journal Publish*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.35814/publish.v1i2.4204>
- Djaali. (2015). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Elvinaro Ardianto, L. K. dan S. K. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Revisi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2020). Hubungan Terpaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Promosi Pada UMKM di Kabupaten Karawang. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Febrida, R., & Oktavianti, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube). *Prologia*, 4(1), 179. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6471>
- Ghozali, A. (2023). Pengaruh Terpaan Media Sosial pada Akun Tiktok @exploremajalangka terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata di
- Kahfi Fathia Ramadhan, 2025
- PENGARUH TERPAAN MEDIA YOUTUBE MUSIC TERHADAP MINAT MENDENGARKAN MUSIK**
- Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Majalengka. *Nivedana: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.835>
- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa*. AU Press.
- Herdayati, & Syahrial. (2019). *Desain Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian*.
https://www.researchgate.net/publication/336304206_DESAIN_PENELITIAN_N_DAN_TEKNIK_PENGUMPULAN_DATA_DALAM_PENELITIAN
- Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, 62(2), 359–362. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>
- Idid, S., Sannusi, S., & Arandas, M. (2019). *Reliance, Media Exposure and Credibility*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5079909>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Prenada Media.
- Kurniawan, A., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Kuyucu, M. (2015). TV Broadcasting in Turkey. The Turkish Television Audience in the Frame of Uses and Gratification Approach. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 1, 289–312.
- Mahmudah, R. U., Arief, M., & Romadhan, M. I. (2023). Terpaan Media Sosial Instagram @kai121 Sebagai Sarana Kepuasan Perolehan Informasi di Stasiun Surabaya Gubeng Baru. *SEMAKOM*, 1(2). <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/2697>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications Ltd.
- Mehrad, J., & Tajer, P. (2016). Uses and Gratification Theory in Connection with Knowledge and Information Science: A Proposed Conceptual Model. *International Journal of Information Science and Management*, 14, 1–14.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128–137. <https://doi.org/10.17933/jskm.2011.150106>
- Noviani, D., Pratiwi, R., Silvianadewi, S., Benny Alexandri, M., & Aulia Hakim, M. (2020). Pengaruh Streaming Musik Terhadap Industri Musik di Indonesia. *JURNAL BISNIS STRATEGI; Vol 29, No 1 (2020): JuliDO - 10.14710/Jbs.29.1.14-25*.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/29942>
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Press.

- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (1st ed.). SIBUKU MEDIA.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Widya Gama Press.
<http://repository.itbwigalumajang.ac.id/id/eprint/1073%0A>
- Priyanti, I. M. (2021). *Milenial dan Aplikasi Streaming Musik (Studi Fenomenologi Penggunaan Aplikasi Spotify Dikalangan Milenial)* [Pertamina University].
<https://library.universitaspertamina.ac.id/xmlui/handle/123456789/4832>
- Puspitasari, W. (2013). Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers di Surakarta. *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi*.
- Putri, D., & Rochim, M. (2023). Hubungan Terpaan Media Ssosial Tiktok @Bandungpedia dengan Minat Mengunjungi Wisata Lokal. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3.
<https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.5810>
- Rachmiate, A. (2002). Paradigma Baru Dakwah Islam: Perspektif Komunikasi Massa. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 3(1), 139–143.
- Sa'diyah, A. N., Farida, E., & Khalikussabir. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang. *Riset Manajemen*, 11(9), 71–84.
- Suwatno, S. (2003). Indonesia Menghadapi Globalisasi (ditinjau dari Aspek Ekonomi dan Pendidikan). *Manajerial : Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi, Vol 2, No 1 (2003): Manajerial : Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/article/view/16453/9234>
- Syafrina, A. E. (2022). *Komunikasi Massa*. Mega Press Nusantara.
- Syahrums, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
<http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/553%0A>
- Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi.