

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh. (2004). Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam. Jakarta: Kencana.
- Ardianto, E. (2011). Metodologi Penelitian untuk Public Realtion Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. (2005). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, cetakan Kedua. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Baskoro, Adi. (2009). Panduan Praktis Searching di Internet. Jakarta Selatan: PT TransMedia.
- Budiargo, Dian. (2015). Berkomunikasi Ala Net Generation. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan. (2001). Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer, Jakarta : Rajawali Pers.
- Dinata, E. F. (2020). Pengaruh Channel Youtube Horror “Sara Wijayanto” Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis. Skripsi pada Universitas Medan Area.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Handinata, Y. (2018). Motif Subscriber Dalam Menonton KVLOG di Channel Youtube. Jurnal E-Komunikasi, 6(1), 1–13.
- Hanson, G & Haridakis, P. (2008). YouTube Users Watching and Sharing the News: A Uses and Gratifications Approach. Journal of Electronic Publishing 11 (3).
- Hariyanto, D., & Mariyanto, A. P. P. (2020). Motif Menonton Vlog “Keluarga Beti” Channel Youtube Arif Muhammad. Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(2), 67–72.
- Hidayat. (2003) Paradigma dan Metodolog Penelitian Sosial Empirik Klasik. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Huang, Y., Luo, S., Ding, P., & Scott, N. (2014). Impressions of Liusanjie: a study of motivation, theatrical performance evaluation, and satisfaction. Current Issues in Tourism, 17(3), 280–296.
- Huang, Y. T., & Su, S. F. (2018). Motives for instagram use and topics of interest among young adults. Future Internet, 10(8).
- https://socialblade.com/youtube/channel/UC_SBT2BFBkExq_azj-P5lNA/monthly
(Diakses tanggal 17 Maret 2022, pukul 09:25).

- <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all> (Diakses tanggal 4 April 2021, pukul 11:34)
- <https://tirto.id/daftar-10-film-horor-indonesia-dengan-jumlah-penonton-terbanyak-efRg> (Diakses tanggal 17 Maret 2022, pukul 09:18).
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Inda, Oktaviana (2020). *Motif Subscriber menonton channel Youtube Otomotif Motomobi*” Skripsi pada Telkom University.
- Josi, G. P., Arindawati, W. A., & Nurkinan, N. (2020). *Motif Penggunaan Aplikasi Musik Spotify pada Generasi-Z di SMA XYZ Bekasi*. *Warta ISKI*, 3(02), 154–159.
- Liliweri, Alo. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail Edisi 6 Buku 1, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu pengantar* (2nd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan. (2014). *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mustikawati, Aquari. (2017). *Klenik Masyarakat Pedalaman: Analisis Budaya dalam Tiga Cerpen Kaliamntan Timur*. *LOA*, 12(2) , 156-165.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Papacharissi, Z & Rubin, A.M. (2000). *Predictors of internet uses*. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 44 (2), 175-196.
- Permana, K. S. A. (2014). *Analisis Genre Film Horor Indonesia Dalam Film Jelangkung* (2001). *Commonline Departemen Komunitas*, 3(3), 559–573.
- Priambodo, Herman Priambodo (2018) “*Motif Penggunaan Filter Snapchat (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Motif Penggunaan Filter Snapchat di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Prof. Dr. H. Warul Walidin AK., M., Dr. Saifullah, S. Ag., M. A., & Tabrani. ZA, S. Pd.I., M.S.I., M. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Grounded Theory*. Banda Aceh: FTK Ar-Raniry Press.
- Purwanto Ngalim. (1990). *Belajar Berhubungan Dengan Perubahan Tingkah Laku*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Rantiastuti, Mei Safitri (2013). *Motif Penggunaan Social Media Di Kalangan Remaja Jalanan (Studi Deskriptif Kualitatif Motif Penggunaan Social Media Facebook Di Kalangan Remaja Jalanan Binaan Lsk Bina Bakat)*. Skripsi pada Universitas Sebelas Maret.
- Rofifah, D. (2020). *Motif Menonton Channel Youtube Atta Halilintar pada Anggota A-Team*. *Jomfisip*, 7, 12–26.
- Rosenthal, S. (2018). Motivations to seek science videos on YouTube: free-choice learning in a connected society. *International Journal of Science Education, Part B: Communication and Public Engagement*, 8(1), 22–39.
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development*. In Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Setyawati, N. (2015). *Motif masyarakat Surabaya dalam menonton acara berita kriminal Kerek MHTV*. *E-Komunikasi*, 3(1), 10.
- Steiner, E., & Xu, K. (2020). Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *Convergence*, 26(1), 82–101.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sule, E. T., dan Saefullah, K. (2010). *Pengantar Manajemen*. Edisi 1. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Surip. Muhammad. (2011). *Teori Komunikasi Perspektif Teoritis Teori Komunikasi*. Medan: UNIMED.
- Telengkeng, H. (2014). *Motif Penonton Perempuan Surabaya dalam Menonton Program Televisi “ On The Spot ” di Trans7*. *Journal E-Komunikasi*, 2(3), 1–8.
- Zurnali, Cut (2004). *Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Terhadap Perilaku Produktif Karyawan Divisi Long Distance PT Telkom Tbk*. Tesis pada Universitas Padjajaran.