

Analisis Faktor Pendorong Penggunaan Aplikasi Sing! Karaoke by *Smule*

Ismira Febrina^{1*}, Ridwan Mustopa², Haryadi Mujianto³

^{1,2,3}FKOMINFO Universitas Garut, Indonesia

* ismirafebrina@uniga.ac.id

ABSTRACT

This study aims to identify and interpret the factors that encourage audiences to access the Sing! Karaoke by Smule. This research method is qualitative with an interpretative approach. This research was carried out during January 2022 with data collection techniques through interview techniques, literature searches, and interpretation of the data. Interviews were conducted with nine users of the Smule application using several methods, including face-to-face (with health protocols), Video Call, and WhatsApp Chat. The results show that the number of people who access the Smule application cannot be separated from the needs that underlie the users to use it. This is in line with what was stated by Katz, Gurevitch and Haas regarding human needs related to the use of media, namely the existence of cognitive needs, affective needs, personal integrative needs, social integrative needs and the need for escape or tension release.

Keywords: Factor Analysis; Smule; Qualitative

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menginterpretasikan faktor apa saja yang mendorong khalayak untuk mengakses aplikasi Sing! Karaoke by *Smule*. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Interpretatif. Penelitian ini dilaksanakan selama bulan Januari 2022 dengan teknik pengumpul data melalui teknik wawancara, penelusuran pustaka, serta interpretasi terhadap data. Wawancara dilakukan terhadap sembilan pengguna aplikasi *Smule* dengan menggunakan beberapa metode, diantaranya tatap muka (dengan protokol kesehatan), Video Call, dan Chat WhatsApp. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyaknya orang yang mengakses aplikasi *Smule* tidak lepas dari kebutuhan-kebutuhan yang mendasari para pengguna untuk menggunakannya. Hal ini selaras dengan hal-hal yang dikemukakan oleh Katz, Gurevitch dan Haas mengenai kebutuhan manusia berkaitan dengan penggunaan media, yakni adanya kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan *integrative personal*, kebutuhan *integrative social* dan kebutuhan pelarian atau pelepasan ketegangan.

Kata-kata Kunci: Analisis Faktor, Smule, Kualitatif

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman dan ilmu pengetahuan, teknologi terus mengalami perubahan dan membawa dampak yang sangat signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat di dunia. Perubahan ini tentu didasari dengan kebutuhan manusia yang bersifat dinamis dan senantiasa berubah. Salah satu yang berkembang sangat pesat seiring dengan perkembangan jaman dan ilmu pengetahuan ini adalah teknologi komunikasi, bahkan hingga saat ini teknologi komunikasi sudah tidak dapat dipisahkan dari berbagai aktifitas manusia di dunia, terlebih dalam komunikasi massa.

Media massa merupakan alat utama dalam komunikasi massa. Akses terhadap media dewasa ini telah menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi setiap orang. Hampir sebagian waktunya dihabiskan untuk mengakses media massa, khususnya di era digital ini ketika media lebih mudah diakses karena hadir dalam bentuk elektronik. Kemajuan teknologi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan dunia dalam genggaman. Hal tersebut semakin memudahkan khalayak dalam mengakses media yang mereka butuhkan.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi pun, media massa berkembang hingga memunculkan media baru seperti internet. Media baru merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung dengan jaringan. Perkembangan dari media baru atau internet menumbuhkan sebuah saluran baru untuk komunikasi massa. Media baru mendorong lahirnya realitas baru, yaitu realitas virtual. Didalam realitas virtual, seringkali memodifikasi, melampaui atau melebihi realitas empirik. Kebutuhan akan menjalin hubungan social di internet merupakan alasan utama yang dilakukan oleh khalayak dalam mengakses media. Namun kondisi seperti itu tidak bisa didapatkan ketika khalayak mengakses media konvensional, untuk itu hadirlah media sosial.

Media sosial merupakan bagian dari media massa. Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Kehadiran media sosial menjadi hal yang fenomenal dan banyak diminati oleh khalayak. Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*). Melalui media sosial yang berbasis internet, dewasa ini interaksi komunikasi menjadi semakin mudah. Salah satu bentuk fenomena dan kelebihan internet sebagai media informasi dan komunikasi dibandingkan dengan media lain ialah informasi yang didapatkan lebih mudah, cepat, dan murah

dengan jangkauan global. Salah satu media social yang populer di dunia internet adalah aplikasi Sing! Karaoke by *Smule*, yang lebih familiar dengan sebutan *Smule*.

Aplikasi ini menawarkan fasilitas karaoke yang memungkinkan penggunanya untuk bernyanyi atau berkaraoke bersama dengan jutaan pengguna lainnya secara gratis dengan database lagu yang sangat besar dari seluruh dunia. Bahkan aplikasi *Smule* ini memungkinkan penggunanya untuk berduet bersama artis-artis papan atas. Selain dapat berkaraoke, *Smule* juga dapat digunakan sebagai media untuk berkenalan dengan teman-teman baru dan berduet bersama untuk menyanyikan sebuah lagu.

Sejak awal kemunculannya, *Smule* sudah mempunyai penggemar tersendiri terutama bagi mereka yang ingin menguji kemampuan dalam hal bernyanyi dan bermusik. Hingga sampai pada saat tulisan ini dibuat, aplikasi *Smule* ini menjadi aplikasi beryanyi atau karaoke terbaik dan yang paling populer dan sudah memiliki pengguna di playstore lebih dari 100 juta orang, mengalahkan aplikasi karaoke populer lainnya semacam Starmaker, WeSing dan Mini Karaoke (Antarapost, 2021).

Smule tersedia bagi pengguna IOS dan Android. Orang yang mengakses *Smule* pun terdiri dari berbagai kalangan usia, namun yang mayoritas mengkonsumsi aplikasi ini adalah kaum milenial, hal tersebut wajar terjadi mengingat *Smule* merupakan salah satu aplikasi karaoke berbasis media sosial. *Smule* diinstal diperangkat IOS, seperti I-pad, iPhone serta perangkat Android lainnya, sehingga untuk berkaraoke tidak perlu lagi datang ke studio musik atau tempat karaoke secara langsung dan menghabiskan banyak uang. Cukup dengan men-*download* aplikasi *Smule* saja, sudah bisa menikmati keseruan dalam bernyanyi dan berkaraoke sepuasnya hanya dengan menggunakan smartphone.

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan yang mendasari khalayak untuk mengakses aplikasi *Smule*. Dengan demikian rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apa saja faktor pendorong penggunaan aplikasi Sing! Karaoke by *Smule*”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Interpretatif. Penelitian ini membahas mengenai Efektivitas Penggunaan Aplikasi Sing! Karaoke by *Smule* Sebagai Media Komunikasi Sosial. Penelitian ini dilaksanakan pada Januari 2022, dengan tahap dari wawancara dengan informan (pengguna aplikasi *Smule*), penelusuran pustaka, serta interpretasi terhadap data. Wawancara dilakukan dengan menggunakan beberapa

metode, diantaranya tatap muka (dengan protokol kesehatan), Video Call, Voice Call dan Chat WhatsApp pada pengguna aplikasi *Smule* pada rentang waktu bulan Januari 2022.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (contohnya: perilaku, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya) secara holistic, dengan menggunakan cara deskripsi yakni dalam bentuk kata-kata dan Bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moeleong, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini media sosial menjadi salah satu media yang paling efektif dalam hiburan. Melalui media sosial, komunikasi digital menawarkan hiburan dalam bentuk interaksi dengan sesama pengguna media sosial yang lainnya. Bentuk hiburannya dapat berupa ungkapan emosi, ekspresi diri, menghilangkan penat atau mengalihkan perhatian dengan menyanyi. Salah satu media bernyanyi sosial yang sedang berkembang adalah **Aplikasi Sing! Karaoke by Smule**.

Penelitian mengenai penggunaan aplikasi Sing! Karaoke by *Smule* yang lebih familiar dengan sebutan aplikasi *Smule* ini dilakukan melalui wawancara dengan sejumlah pengguna akun *Smule*. Pengguna *Smule* ini berasal dari berbagai profesi, berbagai usia, dan juga berbagai latar belakang pendidikan, meliputi pelajar, mahasiswa, karyawan, *freelance*, tenaga kesehatan, bahkan tenaga pengajar seperti guru dan dosen.

Banyaknya orang yang mengakses aplikasi *Smule* tidak lepas dari kebutuhan-kebutuhan yang mendasari para pengguna untuk menggunakannya. Hal ini selaras dengan hal-hal yang dikemukakan oleh Katz, Gurevitch dan Haas mengenai kebutuhan manusia berkaitan dengan penggunaan media, yakni adanya kebutuhan, kebutuhan afektif, kebutuhan integrative personal, kebutuhan integrative social dan kebutuhan pelarian atau pelepasan ketegangan.

Berikut ini adalah data dan interpretasi peneliti berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa pengguna *Smule*, kebutuhan-kebutuhan berkaitan dengan penggunaan media diantaranya adalah sebagai berikut:

Kebutuhan Afektif

Faktor pendorong pengguna Sing! Karaoke by *Smule* mengakses aplikasi ini juga disebabkan oleh adanya kebutuhan afektif. Kebutuhan afektif berkaitan dengan peneguhan pengalaman yang estetis, hal yang dapat membuat perasaan senang, dan juga pengalaman-pengalaman emosional.

Dalam hal ini, yang menjadi alasan khalayak terdorong untuk menggunakan aplikasi Sing! Karaoke by *Smule*, aplikasi ini dijadikan sebagai alat untuk mengejar kebutuhan masyarakat akan rasa rileks, untuk mendapatkan kesenangan dan juga untuk mendapatkan hiburan melalui fasilitas karaoke bersama dengan jutaan pengguna *Smule* lainnya. Tidak hanya itu, aplikasi *Smule* ini didalamnya memiliki fitur rekaman sehingga pengguna bisa mendengarkan kembali suara mereka.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Fitri Puspitasari Sastrawiria (29Th), salah seorang pengguna *Smule* dengan akun @Xvaanns, yang membuatnya mengakses aplikasi Sing! Karaoke by *Smule* sebenarnya sekedar untuk mendapatkan kesenangan dan juga menyalurkan hobi. Menurutnya menyanyi itu sesuatu yang menyenangkan, dan menggembirakan. Menyanyi itu sesuatu yang menghibur, dan membuatnya merasa bahagia.

Faktor lain kenapa mengakses aplikasi *Smule* juga diungkapkan oleh Risfalinda (34Th), pemilik akun @_alin_choco. Menurutnya dari aplikasi *Smule* ini, dia bisa mendapatkan pengalaman estetis, baik ketika ia bernyanyi maupun ketika ia mendengarkan para pengguna *Smule* yang lain bernyanyi. Ketika membuka aplikasi *Smule*, untuk membuat perasaannya bahagia tidak hanya dengan ia sendiri yang bernyanyi, melainkan ketika mendengarkan pengguna lainnya bernyanyi. Menurutnya masing-masing pengguna *Smule* memiliki karakter yang berbeda-beda. Ada yang bernyanyi dengan asal-asalan, namun banyak juga yang mengerahkan kemampuan vokalnya dan memberikan penghayatan pada lagu yang dinyanyikan, dan itu memberikan kepuasan tersendiri baginya. Hal tersebut disebabkan karena musik mempunyai estetika yang tinggi dan mengundang respon dari orang yang mendengarnya. Musik melibatkan respon emosi simpatik, oleh karena itu tidak mengherankan jika musik dapat membuat suasana menjadi sedih atau gembira ketika sebuah musik dimainkan karena musik mempunyai sifat melibatkan respon emosi simpatik.

Bernyanyi merupakan suatu kegiatan mengekspresikan diri, mengungkapkan pikiran atau menyampaikan sebuah perasaan dengan menggunakan unsur vokal. Dalam aplikasi Sing! Karaoke by *Smule* ini disediakan banyak pilihan lagu, baik itu lagu-lagu populer, terbaru, maupun lawas, dengan makna lirik yang juga bervariasi, ada lagu dengan lirik lagu gembira, sedih, lucu, kagum dan sebagainya. Para pengguna *Smule* dapat bernyanyi disesuaikan dengan emosi yang tengah dirasakannya pada saat itu, sehingga sejenak bisa melepaskan diri dari permasalahan yang secara psikologis individu membutuhkan penyelesaiannya.

Hal tersebut diungkapkan oleh Fatya Pramugia Putri (30Th), sebagai salah seorang pengguna aplikasi *Smule* dengan nama akun @Staerry__, ia mulai menggunakan aplikasi ini sejak tahun 2014. Ia mengatakan bahwa sebagai manusia yang selalu dihadapkan pada suatu masalah sangat perlu untuk mengekspresikan diri dan menyampaikan emosi. Menurutnya dengan menyanyi bisa membuat mood menjadi lebih baik. Namun terkadang dengan beberapa keterbatasan diantaranya waktu dan biaya, sehingga tidak memungkinkan untuk berkunjung ke tempat karaoke kapan saja, maka aplikasi *Smule* di smartphone menjadi alternatif untuk sarana hiburan.

Kebutuhan Integratif Personal

Dalam aplikasi *Smule* dilengkapi dengan fitur *Freestyle*, sebuah fitur yang memungkinkan untuk membuat rekaman *freestyle* sendiri. Fitur ini dimanfaatkan oleh orang-orang yang senang bermain musik sebagai sarana penunjang kreativitas, dimana mereka bisa merekam sebuah karya selayaknya ia berada di studio musik sendiri, baik bermain secara solo ataupun berkolaborasi dengan pengguna *Smule* yang lain.

Noval Frans, pemilik akun *Smule* @Mi7_NovalScotty (38Th), ia menggunakan aplikasi *Smule* sudah sejak awal kehadiran *Smule*. Ia memanfaatkan aplikasi ini untuk menyalurkan hobinya serta mengasah bakatnya dalam bermusik. Selama ini ia sering memanfaatkan fitur *freestyle* untuk merekam permainan gitar dan piano. Ia banyak melakukan cover-cover lagu dari penyanyi atau grup band favoritnya. Tidak jarang ia membagikannya ke media sosial. Ia banyak mendapatkan komentar-komentar positif atas hasil covernya yang dibagikan tersebut baik di aplikasi *Smule* sendiri maupun di media sosial yang lainnya. Banyaknya *like* dan komentar-komentar positif atas hasil covernya membuatnya menjadi lebih semangat untuk mengasah kemampuannya dalam mengeksplor lagu-lagu lain dan termotivasi untuk mengembangkan bakatnya dalam bermusik.

Banyak pengguna *Smule* yang memanfaatkan aplikasi ini sebagai media pengembangan bakat dalam hal bernyanyi dan juga bermusik, yakni meningkatkan kemampuan olah vokal dan juga melatih mentalitas untuk berkompetisi melalui event-event tertentu di *Smule*.

Ada banyak event-event yang diselenggarakan di *Smule* yang bisa diikuti, baik itu yang itu *event* perorangan yang diselenggarakan oleh seseorang maupun *event* yang diselenggarakan oleh komunitas/grup.

Harrys Valian Alexander (26 tahun), pemilik akun @Oh_Soo_Hyun bisa dikatakan sering mengikuti event-event yang diadakan di *Smule*. Ia banyak mengikuti

event perorangan maupun komunitas. Menurutnya, event-event ini bisa dijadikan sebuah ajang untuk melatih mental dan kepercayaan diri untuk menunjukkan kemampuannya secara optimal di hadapan khalayak banyak. Adapun tujuannya mengikuti event-event tersebut selain iseng-iseng berhadiah, dia juga ingin tahu sejauh mana kemampuan bernyanyinya tersebut memungkinkan untuk memenangkan event-event yang ia ikuti tersebut.

Dalam aplikasi *Smule* terdapat fitur rekaman yang memungkinkan penggunanya untuk bisa mendengarkan kembali lagu yang sudah dinyanyikan. Penggunanya bisa mengevaluasi kembali hasil rekamannya, sehingga membantu penggunanya untuk meningkatkan pemahamannya dalam hal kemampuan bernyanyinya.

Dalam hasil wawancara dengan Mellia Amalia, pemilik akun @Mybluesweater, Ia membenarkan bahwa aplikasi *Smule* ini membantu meningkatkan pemahaman terhadap diri sendiri untuk mengetahui kemampuan dalam hal menyanyi. Ia bisa mengetahui lagu seperti apa yang cocok dengan karakter suaranya, dan lagu seperti apa yang tidak cocok dengan karakter suaranya melalui rekaman yang sudah tersimpan di *Smule*. Ia bisa mengetahui strategi-strategi yang dapat diterapkan pada saat bernyanyi agar ia bisa membawakan lagu dengan nyaman.

Kebutuhan Integratif Sosial

Aplikasi *Smule* merupakan aplikasi karaoke berbasis media social sehingga memungkinkan para penggunanya untuk saling terhubung dan mendukung terjadinya interaksi antar pengguna *Smule* satu dengan yang lainnya melalui fitur komentar dan juga *direct message*. Bahkan penggunanya dapat bergabung ke dalam grup dan komunitas pengguna *Smule*. Grup-grup tersebut tersebar mulai dari Facebook, Instagram, Line, Whatsapp dan media sosial lainnya.

Menurut hasil wawancara dengan Hani Keiluna (38Th), pemilik akun @Keiilun_Marcello, awal mula menggunakan aplikasi *Smule* ini untuk bernyanyi lagu-lagu dari grup band favoritnya, yakni The Moffatts, namun, karena adanya fitur komentar di aplikasi *Smule*, membuatnya bisa berinteraksi dengan pengguna-pengguna lain yang juga menyukai band tersebut, mengobrol dan berbagi informasi tentang banyak hal termasuk tentang band The Moffatts itu sendiri, sehingga pada akhirnya ia diberitahu dan disarankan untuk bergabung dalam sebuah komunitas Moffatters Indonesia.

- a. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati social
- b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki

- c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi social
- d. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, masyarakat.

Kebutuhan Pelepasan Ketegangan

Faktor pendorong mengapa khalayak mengakses aplikasi Sing! Karaoke by *Smule* juga dikarenakan aplikasi ini menjadi media yang tepat digunakan sebagai sarana kebutuhan pelepasan ketegangan yang dilakukan dengan bernyanyi.

Menurut Anastasha (26 tahun), seorang perawat muda dari Malaysia dengan nama akun @Scha_Jiminnie, Ia menggunakan aplikasi *Smule* sebatas untuk bersenang-senang setelah seharian lelah dan penat dengan aktivitasnya sebagai seorang perawat. Terlebih di masa pandemi, ia juga turut merawat pasien-pasien Covid-19 yang tidak ada habisnya. Menurutnya, aktivitasnya merawat para pasien covid-19 membuatnya lelah dan penat. Untuk itu ia menggunakan aplikasi *Smule* sebagai sarana pelepasan ketegangan.

Lain halnya dengan Huzaini Aliel (26 tahun) yang menggunakan *Smule* hanya sekedar untuk bersantai sambil mengisi waktu luang dengan kegiatan yang membuat gembira, yaitu bernyanyi dan pelepasan ketegangan. Hal lain juga dikemukakan oleh Noval selaku pengguna aplikasi *Smule* yang lainnya. Ia mengungkapkan bahwa bernyanyi dengan aplikasi *Smule* juga meminimalisir stress dan baik untuk kesehatan, bersantai, mengisi waktu luang, dan penyaluran emosi.

Aplikasi *Smule* sebagai aplikasi karaoke ini memungkinkan para penggunanya untuk bernyanyi kapanpun dan dimanapun tanpa harus berkunjung ke tempat karaoke.

- a. Melepaskan diri dari permasalahan
- b. Bersantai
- c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis
- d. Mengisi waktu berkaitan dengan upaya menghindari ketegangan, tekanan dan hasrat akan keanekaragaman.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini mengungkapkan motif penggunaan Instagram dilihat dari lima kebutuhan penggunaan media, bahwa seseorang membutuhkan media untuk kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan akan hiburan. (Prihatiningsih, 2017) Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa niat untuk menggunakan aplikasi instagram ini dipengaruhi oleh rasa percaya, puas serta sikap dari pengguna itu sendiri. (Pratiwi, 2016)

Penelitian lainnya mengenai motif pengguna Instagram terdiri dari motif menghabiskan waktu, mengisi waktu luang dan interaksi sosial. Dalam penelitian ini juga diungkapkan bahwa pengguna merasa puas saat mendapatkan hiburan dan relaksasi dari aplikasi Instagram. (Eureka Intan Innova, 2016) Penelitian serupa pada aplikasi Bigo Live ditemukan bahwa motif yang mendorong penggunaan media sosial Bigo Live oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom ini relevan dengan teori motif penggunaan media yang diungkapkan oleh McQuail yaitu, motif informasi, motif identitas diri, motif integrasi dan interaksi sosial dan motif hiburan. Namun keempat motif tersebut tidak semuanya dimiliki informan, motif yang paling sering ditemukan adalah motif informasi, interaksi dan hiburan. (Dwilestari & Fithrah, 2018)

Sedangkan penelitian pada aplikasi Twitter pada pengikut akun Twitter @EXOind, dapat diketahui bahwa motif yang memiliki hasil paling tinggi adalah Motif Entertainment dengan nilai rata-rata 3,38, diikuti oleh Motif Information Seeking dengan nilai rata-rata 3,29, Motif Convenience dengan nilai rata-rata 3,20, Motif Interpersonal Utility dengan nilai rata-rata 3,16, dan yang terakhir adalah Motif Pass Time dengan nilai rata-rata 3,03. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan juga bahwa pengikut akun Twitter @EXOind yang aktif. (Liani et al., 2020) Penelitian lainnya motif pengguna media social Path dimana motif tertinggi pada Motif Passing Time, kedua Motif Entertainment, ketiga Motif Convenience, keempat Motif Seeking Information, dan terakhir Motif Utility. (dyane drestya, 2014)

SIMPULAN

Aplikasi Sing! Karaoke by *Smule* ini dapat membantu dalam komunikasi massa sebagai salah satu media interaksi masyarakat untuk saling mengenal, berinteraksi, chatting, video, menyalurkan hobi menyanyi, menyampaikan pesan informasi kepada lawan bicaranya melalui saluran jaringan internet serta lainnya. banyaknya orang yang mengakses aplikasi *Smule* tidak lepas dari kebutuhan-kebutuhan yang mendasari para pengguna untuk menggunakannya. Hal ini selaras dengan hal-hal yang dikemukakan oleh Katz, Gurevitch dan Haas mengenai kebutuhan manusia berkaitan dengan penggunaan media, yakni adanya kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan *integrative personal*, kebutuhan *integrative social* dan kebutuhan pelarian atau pelepasan ketegangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Muhamad Rezky. 2021. Pemanfaatan Media Baru Untuk Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Dalam Masa Wabah Covid 19. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian Program Studi Ilmu Komunikasi P-ISSN: 2461-0836; E-ISSN: 2580-538X*
- Annisa, F. (2017). Pengaruh Motif Penggunaan Media Line Today Terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa. *Jom Fisip*, 4 No.2(Oktober), 1–15.
- 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. <http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/12901/pdf>
- Dyane drestya. (2014). Motif Penggunaan Social Path Pada Mahasiswa Di Surabaya. 3(2), 171–181.
- Eureka Intan Innova. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1–11.
- Fanaqi, Chotijah. 2021. Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi. *Jurnal Dakwah*, Vol. 22, No. 1 Tahun 2021
- Harahap, Abdul Rahman. 2016. Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pemenuhan Informasi Bagi Rumah Tangga Usaha Pertanian Di Kecamatan Halongongan Kabupaten Padang Lawas Utara. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan* vol. 17 No. 2 Desember 2016
<https://www.antarapost.com/aplikasi-karaoke-terbaik-2021-sebagai-sarana-hiburan-saat-bosan/>
- Permana, Ranga Saptia Mohammad.; Mahameruaji, Jimi Narotama. 2019. Strategi Pemanfaatan Media Baru Net TV. *Utilization of New Media Strategy of Net TV. Jurnal Studi Komunikasi dan Media* Vol 23 No. 1, Hal: 21-36
- Liani, D. N., Rina, N., Sos, S., & Si, M. (2020). Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind). *Jurnal Humaniora*, 20(1 Maret 2020), 63–71. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>
- Moleong, Lexy J (2004). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mujianto, H., Nurhadi, Z. F., & Kharismawati, K. (2021). Instagram Sebagai Media Pembentuk Personal Branding. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(2), 154–169. <https://doi.org/10.33884/commed.v5i2.3138>
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ningrum, R. K., & Prihantoro, E. (2020). Pengaruh Intensitas Dan Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Followers Akun @soloinfo. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK) Vol., Vol. 2 No.(2)*, 60–67.
- Pratiwi, E. D. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan The Theory of Reasoned Action Menggunakan AMOS 21. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, 2(1), 68–77. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jtk/article/view/364/273>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Setyani, Novia Ika. 2013. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Twitter, Facebook dan Blog Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Berbagi Surakarta)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Surotnoaji, Catur. 2019. *Literasi Media Baru*. Banyumas. Susanti Institute.
- Watie, Errika Dwi Setya. 2012. *Periklanan Dalam Media Baru (Advertising In The New Media)*. The Messenger, Volume IV, Nomor 1, Edisi Januari 2012
- Willianti, C., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice). *Prologia*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6205>