

DAFTAR PUSTAKA

- Ammirudin. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Anisa, R. (2023). Hubungan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Subscribers pada Tayangan di Channel YouTube UINSI TV Samarinda. *Jurnal Komunikasi Digital*, 2(2), 15–25.
- Ariani, D., & Nurmariati, R. (2022). Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel YouTube Deddy Corbuzier. *Jurnal e-Komunikasi*, 10(2), 123–134.
- Azwar, S. (2005). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar Offset.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Fairuzabad, A. M., & Aw, S. (2022). Analisis Fungsi Media Pada Konten Youtube Channel Nadia Omara. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–8.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, W. (2017). Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel ‘Kok Bisa’ di YouTube. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 45–54.
- Hidayat, R. (2020). Narasi Digital dan Bentuk Representasi Cerita di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 5(2), 78–89.
- Ichsan, , Muhammad, Lukman, Maydeliana, M., & Yansi, K. M. (2023). Persepsi Remaja Usia 15-24 Tahun Terhadap Konten Negatif Setelah Menonton Channel Youtube Windah Basudara. *Nivedana: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(2), 348–353.
- Jessica, W. (2020). Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel YouTube Jess No Limit. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(2), 60–68.
- Kabashi, F. (2024). Apakah YouTube Dianggap Sebagai Media Sosial: Apa yang Perlu Anda Ketahui. *Tactica*.

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Kevin, L., Agusly, I. A., & Chory, A. W. (2020). Motif dan Kepuasan Subscriber Dalam Menonton Channel “Atta Halilintar” di YouTube. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(1), 30–40.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Maharani, V. A., dkk. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Kualitas Informasi Berbasis Narasi terhadap Tingkat Pengetahuan Kesehatan Mental. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(2), 45–56.
- McQuail, D. (2002). *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Erlangga.
- McQuail, D. (2011). *McQuail’s Mass Communication Theory (6th ed.)*. London: Sage Publications.
- Mellyaningsih, A. (2016). Motif Subscriber Menonton Channel YouTube Raditya Dika. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, 4(1), 1–12.
- Nagara, H. S. (2023). *Motif dan kepuasan penonton konten alur cerita film*. Digilib Universitas Sebelas Maret.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. McGraw-Hill Education.
- Panggabean, A. D. (2024, May 29). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*. RRI.
- Pratiwi, A. (2021). *Narasi Visual dalam Konten Horor di YouTube: Analisis Gaya Bercerita dan Respon Penonton*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Pramarani. (2007). Motif menonton film Indonesia bertema horor di kalangan penonton bioskop 21 di Surabaya. Skripsi, Universitas Airlangga. Repository Universitas Airlangga
- Priadana, S. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Pascal Books.
- Putri, A. D. (2021). Hubungan Antara Motif Menonton dengan Tingkat Kepuasan Subscriber pada Channel YouTube VDVC Religi. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rahmawati, N. (2022). Kepuasan Menonton Konten YouTube dan Interaksi Digital. Skripsi, Universitas Indonesia.
- Ramadhini, C., & Mayangsari, I. D. (2020). Motif dan Kepuasan Audiens Menonton Web Series Channel Youtube Toyota Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1–14.
- Rina, N. A. (2023). Pemanfaatan Media YouTube dalam Akun Narasi Newsroom terhadap Kemampuan Menulis Teks Editorial. *Jurnal Pendidikan dan Media Digital*, 3(2), 50–59.
- Rina, S. (2021). Pengaruh Iklan Online Naratif Versi Short Movie #BergerakHidupkanHarapan pada Media Sosial YouTube Terhadap Brand Awareness Wardah Indonesia. *Jurnal Media dan Pemasaran*, 2(1), 12–22.
- Riswandi, A., & Permadi, R. (2024). Memahami minat generasi milenial dalam tontonan film horor Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 12(1), 45–58.
- Rubin, A. M. (2009). Uses and Gratifications: An Evolving Perspective of Media Effects. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (3rd ed., pp. 165–184). New York: Routledge.
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. Deepublish.
- Saputra, F. H., & Cholifah. (2022). Pengaruh Narasi Dalam Konten Vlog “Menjadi Manusia” Terhadap Sikap dalam Menjaga Kesehatan Mental. *Jurnal Media dan Edukasi*, 3(1), 12–24.

- Setiawan, E., & Halim, C. (2022). Perkembangan Film Horor Di Indonesia Tahun 1990-2010. *Bandar Maulana Jurnal Sejarah Kebudayaan*, 27(1), 22–34.
- Setiawan, R. (2021). Narasi dalam Konten Digital di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2), 112–12
- Setiawan, A. (2019). Karakteristik dan Daya Tarik Genre Horor Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Budaya Populer*, 4(3), 55–66.
- Setiawan, S. (2019). Erotisisme dalam film horor Indonesia. *FSD: Jurnal Film, Seni, dan Desain*, 4(2), 23–34.
- Setyaningsih, T. W. (2023). Rekreasi Ketakutan: Sebuah Kajian Menonton Film Horor Di Masa Pasca Pandemi. *Jurnal IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, Dan Media Baru*, 14(1), 53–72.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Suryani, N. (2020). Uses and Gratifications pada Konsumsi Konten Digital Hiburan di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9(1), 44–56.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55.
- VDVC Research Team. (2022). Hubungan Antara Motif Menonton dengan Tingkat Kepuasan Subscriber Remaja pada Channel YouTube VDVC Religi. *Jurnal Penelitian Media*, 3(3), 101–110.
- Wibowo, A. (2018). *Representasi Ketakutan dalam Film Horor Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 3(2), 115–126.