

# Peran Spotify Dalam Pembentukan Identitas Diri Dan Ekspresi Gaya Hidup Gen Z Di Jakarta

Doddy Nouvelle Elistian<sup>1</sup>, Dina Andriana<sup>2</sup>, Widarti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta Indonesia

email:doddyelistian@gmail.com

## Abstrak

Penelitian ini menginvestigasi peran Spotify dalam pembentukan identitas diri dan ekspresi gaya hidup Generasi Z di Jakarta. Dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis tematik Braun & Clarke (2021), data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan Gen Z di Jakarta. Temuan menunjukkan bahwa Spotify berperan signifikan dalam merefleksikan dan membentuk *real self*, mendorong pencapaian *ideal self*, dan memperkuat *self-esteem* Gen Z, sejalan dengan Teori Konsep Diri Carl Rogers. Melalui musik Spotify berfungsi sebagai alat regulasi emosi, representasi kepribadian melalui playlist, dan jembatan untuk interaksi sosial yang mendukung validasi diri. Lebih lanjut, penelitian ini mengungkapkan bahwa Spotify terintegrasi dalam rutinitas harian Gen Z sebagai penunjang produktivitas dan bagian tak terpisahkan dari gaya hidup digital yang dipengaruhi oleh budaya populer. Studi ini menegaskan bahwa platform musik digital tidak hanya memfasilitasi konsumsi hiburan, tetapi juga menjadi agen krusial dalam proses pembentukan identitas dan manifestasi gaya hidup era digital bagi generasi Z di Jakarta.

**Kata Kunci :** Spotify, Gaya Hidup, Generasi Z, Jakarta, Identitas Diri.

## Abstract

*This study investigates the role of Spotify in the formation of self-identity and lifestyle expression of Generation Z in Jakarta. Using qualitative methods and Braun & Clarke's (2021) thematic analysis, data was collected through in-depth interviews with Gen Z informants in Jakarta. The findings show that Spotify plays a significant role in reflecting and shaping the real self, encouraging the achievement of the ideal self, and strengthening Gen Z's self-esteem, in line with Carl Rogers' Self-Concept Theory. Through music Spotify functions as a tool for emotion regulation, a representation of personality through playlists, and a bridge for social interaction that supports self-validation. Furthermore, the study revealed that Spotify is integrated into Gen Z's daily routine as a productivity booster and an integral part of a digital lifestyle influenced by popular culture. The study confirms that digital music platforms not only facilitate entertainment consumption, but are also crucial agents in the process of identity formation and manifestation of digital-age lifestyles for Generation Z in Jakarta.*

**Keywords:** Spotify, Lifestyle, Generation Z, Jakarta, Self-Identity.

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengonsumsi musik, termasuk di Indonesia. Laporan Global IFPI (2022) mencatat bahwa layanan streaming menyumbang lebih dari 90% pendapatan industri musik nasional, menunjukkan pergeseran signifikan dari media konvensional menuju platform digital. Spotify, sebagai salah satu layanan musik streaming terbesar, menawarkan kemudahan akses, personalisasi konten, dan fitur sosial yang menjadikannya populer di kalangan generasi muda. Fenomena ini menegaskan bahwa musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga telah menjadi bagian penting dari kehidupan digital masyarakat urban.

Generasi Z di Jakarta merupakan kelompok yang paling aktif menggunakan Spotify. Sebagai digital native, mereka memanfaatkan platform ini bukan hanya untuk mendengarkan musik, tetapi juga sebagai sarana membangun citra diri, mengekspresikan emosi, serta menjalin interaksi sosial. Playlist yang dibuat, lagu yang dibagikan, hingga fitur seperti Spotify Wrapped berfungsi sebagai simbol ekspresi diri sekaligus identitas sosial. Dengan demikian, Spotify menjadi ruang simbolik di mana Gen Z menegosiasikan identitas mereka, mengonstruksi gaya hidup, serta memperkuat posisi dalam komunitas digital yang lebih luas.



Fenomena ini sejalan dengan Teori Konsep Diri Carl Rogers yang membagi identitas ke dalam tiga aspek utama, yaitu *real self*, *ideal self*, dan *self-esteem*. Melalui musik, Gen Z dapat merefleksikan diri mereka yang sesungguhnya, membayangkan citra diri ideal yang ingin ditampilkan, sekaligus memperoleh validasi sosial yang berkontribusi pada harga diri. Dalam konteks ini, Spotify berperan penting dalam memberikan ruang bagi proses pembentukan identitas dan ekspresi gaya hidup generasi muda, yang ditampilkan tidak hanya dalam aktivitas sehari-hari, tetapi juga dalam dunia digital yang semakin terintegrasi dengan budaya populer.

Meski demikian, penelitian sebelumnya mengenai Spotify dan konsumsi musik digital di Indonesia masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif, dengan fokus pada perilaku konsumen, keputusan pembelian, atau efektivitas iklan layanan premium. Kajian yang menyoroti makna subjektif penggunaan Spotify sebagai bagian dari pembentukan identitas diri dan gaya hidup digital relatif terbatas. Padahal, aspek kualitatif sangat penting untuk menggali bagaimana pengalaman personal, preferensi musik, dan interaksi sosial membentuk realitas simbolik bagi pengguna, khususnya di kalangan Gen Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis tematik, yang memungkinkan pemahaman mendalam mengenai pengalaman subjektif pengguna. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan teori budaya populer dan media digital, serta manfaat praktis bagi industri musik dan penyedia layanan streaming dalam memahami kebutuhan serta preferensi generasi muda.

### **Budaya Populer**

Budaya populer dapat dipahami sebagai sekumpulan praktik, nilai, simbol, dan bentuk ekspresi yang berkembang secara luas di masyarakat dan diterima oleh khalayak umum melalui media massa dan teknologi. Ia bersifat dinamis dan responsif terhadap perubahan sosial, serta menjadi cermin dari kebutuhan emosional, aspirasi, dan identitas kolektif masyarakat modern. Budaya populer tidak lagi dipandang sekadar sebagai hiburan ringan, melainkan telah menjadi medium utama dalam menyampaikan ideologi, membentuk cara pandang, serta memengaruhi pola pikir dan perilaku individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari (Crossman, 2025; Storey, 2018).

### **Music Streaming**

Media streaming merupakan proses pengiriman konten multimedia secara terus-menerus melalui internet, memungkinkan konsumsi konten tanpa perlu melakukan pengunduhan penuh terlebih dahulu (Pramesti, 2023; Yuliani & Kurniadi, 2023). Music Streaming menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari gaya hidup digital terutama di kalangan Gen Z, penggunaan platform ini tidak sekadar tren sesaat melainkan telah membentuk pola konsumsi budaya baru dimana musik menjadi sarana utama untuk hiburan, ekspresi diri, serta penegasan identitas kelompok atau individu. Profil dan playlist yang dikurasi secara personal merepresentasikan selera, suasana hati, bahkan nilai-nilai yang ingin ditampilkan kepada lingkungan sosial, sehingga Spotify menjadi bagian dari konstruksi identitas digital penggunanya (Rahmasari & Purwaningtyas, 2023).

### **Ekspresi**

Ekspresi tidak hanya terbatas pada komunikasi verbal atau bahasa tubuh, tetapi juga mencakup pilihan estetika, preferensi konsumsi, dan gaya hidup yang membentuk cara seseorang menampilkan diri di hadapan publik. Musik, dalam konteks ini, menjadi sarana ekspresi yang kuat karena dapat merepresentasikan suasana hati, aspirasi, bahkan keragaman identitas. Aktivitas mengekspresikan diri sering kali menjadi sarana bagi individu untuk menegaskan nilai, keunikan, dan eksistensinya di tengah arus sosial yang seragam. Dengan kata lain, ekspresi diri tidak hanya berkaitan dengan emosi atau estetika, tetapi juga berkaitan erat dengan identitas, posisi sosial, serta representasi diri di hadapan orang lain. Dalam masyarakat modern yang semakin terdigitalisasi, ekspresi diri cenderung semakin visual, simbolik, dan dikurasi, menunjukkan bahwa bentuk ekspresi kini tidak hanya spontan, tetapi juga strategis dan bermakna (Giddens, 2021; Rakhmani, 2020).

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup tidak hanya dimaknai sebagai pola konsumsi material, melainkan sebagai bentuk pilihan hidup yang memadukan selera, nilai, dan teknologi dalam keseharian. Gaya hidup kini melibatkan proses identifikasi sosial, bagaimana seseorang melihat dirinya dan ingin dilihat oleh orang lain. Gaya hidup merupakan pola perilaku, kebiasaan, dan pilihan individu yang mencerminkan nilai-nilai, preferensi, serta cara seseorang memandang dirinya sendiri dan dunianya. Dalam konteks sosiologis, gaya hidup tidak hanya berkaitan dengan konsumsi atau penampilan luar, tetapi juga mencerminkan bagaimana seseorang membangun identitas sosial, relasi, dan citra diri melalui aktivitas sehari-hari (Chaney, 2022).

## Teori Konsep Diri

Teori Konsep Diri dari Carl Rogers (Smith, 2022) yang menjelaskan bagaimana individu memandang diri mereka sendiri dan bagaimana ini mempengaruhi perilaku dan perkembangan mereka. Konsep diri menurut Rogers, bukanlah sesuai yang dibawa sejak lahir, tetapi berbentuk melalui pengalaman hidup dan interaksi dengan lingkungan.

## 2. Metode

Desain penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang tidak tetap dan universal, melainkan dibentuk melalui pengalaman, persepsi, serta interaksi sosial individu. Dengan demikian, kebenaran tidak berdiri sendiri, melainkan dipahami dari sudut pandang subjek yang terlibat dalam suatu situasi tertentu (Lincoln & Guba, 2021; Umanailo, 2020).

Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk memahami pengalaman subjektif, makna, dan persepsi pengguna Spotify dari kalangan Gen Z di Jakarta. Seperti dijelaskan oleh Sugiyono (2021), metode kualitatif tepat digunakan untuk meneliti perilaku manusia secara holistik dalam konteks sosial dan kultural tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan studi pustaka, sehingga mampu menggali narasi personal serta simbol-simbol yang muncul dalam penggunaan Spotify sebagai sarana ekspresi diri dan gaya hidup.

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus sebagaimana dijelaskan oleh Yin (2021), yakni suatu pendekatan yang berfokus pada pemahaman fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata. Studi kasus tunggal (single case study) dengan tipe embedded dipilih karena penelitian ini menyoroti satu kasus utama, yaitu praktik penggunaan Spotify oleh Gen Z, namun di dalamnya terdapat beberapa sub-unit analisis seperti perilaku membuat playlist, pemilihan genre musik, cara berbagi lagu di media sosial, dan refleksi identitas melalui musik. Desain ini memberikan fleksibilitas dalam melihat fenomena dari berbagai dimensi, baik personal, simbolik, maupun sosial.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan lima informan Gen Z pengguna aktif Spotify, serta studi pustaka dari jurnal dan literatur terkait budaya populer, gaya hidup digital, dan teori konsep diri Carl Rogers (Creswell & Poth, 2023; Miles et al., 2020). Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu memilih informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, seperti usia 18–25 tahun, berdomisili di Jakarta, dan menggunakan Spotify bukan hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri.

Proses analisis data menggunakan analisis tematik dari Braun & Clarke (2021), mengemukakan teknik analisis data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. familiarisasi dengan data melalui pembacaan transkrip wawancara secara berulang;
  2. pembuatan kode awal (initial coding);
  3. pencarian tema (searching for themes);
  4. peninjauan tema (reviewing themes);
  5. pendefinisian dan penamaan tema (defining and naming themes)
- penyusunan laporan hasil penelitian (producing the report). Untuk menjaga kredibilitas data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teori, serta melakukan member checking dengan mengonfirmasi hasil interpretasi kepada informan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Pengalaman informan mengenai peran Spotify dalam pembentukan identitas diri dan ekspresi gaya hidup. Adapun tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Musik sebagai Ekspresi Emosional

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menyatakan bahwa Spotify memiliki peran penting dalam mendukung regulasi emosi mereka. Musik digunakan sebagai *mood booster* ketika merasa sedih, lelah, atau tidak bersemangat. Fakhri menegaskan bahwa musik upbeat dapat mengembalikan semangatnya, sementara Alvin memilih musik ceria ketika ingin mengubah suasana hati menjadi lebih positif. Hal ini menunjukkan bahwa Spotify bukan hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana

- pengelolaan emosi sehari-hari (Braun & Clarke, 2021). Dengan demikian, musik yang diakses melalui Spotify menjadi bagian dari proses *real self* menurut Carl Rogers, di mana individu mengekspresikan kondisi diri yang sebenarnya melalui pilihan lagu.
- b. **Playlist sebagai Representasi Diri**  
Informan juga menekankan bahwa playlist yang dibuat di Spotify mencerminkan identitas, suasana hati, dan karakter personal mereka. Laiqa, misalnya, menyusun playlist sesuai dengan suasana hati harian agar orang lain dapat memahami siapa dirinya. Shifa bahkan memiliki delapan hingga sembilan playlist berbeda untuk setiap kategori mood. Hal ini memperlihatkan bahwa playlist berfungsi sebagai simbol identitas digital, yang memungkinkan pengguna memperlihatkan kepribadian mereka melalui musik (Spilker & Colbjørnsen, 2020). Playlist tersebut sekaligus menjadi gambaran ideal *self*, yakni citra diri yang diinginkan dan ditampilkan kepada publik.
  - c. **Musik sebagai Media Sosial dan Relasi**  
Selain sebagai ekspresi pribadi, musik melalui Spotify juga digunakan sebagai sarana menjalin hubungan sosial. Beberapa informan menyebut sering berbagi playlist atau lagu ke media sosial seperti Instagram dan Twitter, untuk menunjukkan preferensi musik sekaligus membuka ruang diskusi dengan teman. Shifa mengaku sering dianggap sebagai “*western-girl*” karena playlist yang ia bagikan didominasi musik barat. Hal ini menegaskan bahwa musik juga berfungsi sebagai jembatan komunikasi sosial, yang memperkuat interaksi dan validasi dari lingkungan sekitar (Rahmasari & Purwaningtyas, 2023). Dalam kerangka Teori Konsep Diri Rogers, proses ini berkaitan erat dengan pembentukan *self-esteem*, karena adanya pengakuan sosial meningkatkan rasa percaya diri individu.
  - d. **Spotify sebagai Bagian dari Gaya Hidup Digital**  
Penggunaan Spotify tidak lagi sekadar aktivitas hiburan, melainkan telah menjadi bagian integral dari gaya hidup digital Gen Z. Informan menggunakan Spotify setiap hari dalam berbagai aktivitas, mulai dari belajar, bekerja, hingga bersantai. Ario menuturkan bahwa ia tidak bisa belajar tanpa musik, sehingga playlist menjadi “ritual” yang menemaninya. Spotify dalam konteks ini berfungsi sebagai alat produktivitas sekaligus bagian dari pola hidup modern yang menekankan kepraktisan dan personalisasi (Primantari & Purnami, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa Spotify telah menjadi bagian dari kebiasaan digital yang mendefinisikan gaya hidup Gen Z.
  - e. **Musik sebagai Penunjang Produktivitas**  
Beberapa informan juga menyebut bahwa musik yang diputar melalui Spotify membantu mereka menjaga fokus dan meningkatkan konsentrasi, terutama ketika mengerjakan tugas atau pekerjaan freelance. Shifa dan Alvini, misalnya, lebih sering menggunakan musik instrumental sebagai latar aktivitas mereka agar lebih produktif. Hal ini sejalan dengan penelitian Karimale (2025), yang menjelaskan bahwa gaya hidup digital berkaitan erat dengan alokasi waktu dan aktivitas yang dipengaruhi oleh konsumsi media. Dengan demikian, Spotify bukan hanya media hiburan, tetapi juga instrumen fungsional yang menopang rutinitas produktif generasi muda.

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini mengambil inspirasi dari studi sejenis yang dilakukan yang juga menyoroti musik sebagai cermin psikologis, namun memperdalamnya dengan menekankan aspek ekspresi, *self-esteem*, dan interaksi sosial di ruang digital. Berdasarkan analisis data dari lima informan yang seluruhnya berasal dari Generasi Z dan aktif menggunakan Spotify, ditemukan lima tema utama yang merepresentasikan peran musik dalam kehidupan mereka, yaitu: musik sebagai ekspresi emosional, playlist sebagai representasi diri, musik sebagai media sosial, musik sebagai sarana produktivitas, dan musik sebagai sumber penguatan harga diri. Musik dalam konteks ini tidak hanya dipahami sebagai hiburan atau pemenuhan kebutuhan estetika, tetapi sebagai bagian integral dari cara mereka memahami diri, menegosiasikan posisi sosial, serta membangun suasana batin dan citra diri yang diinginkan.

Setiap informan secara unik menggunakan musik untuk merespons kondisi psikologis mereka, baik dalam menghadapi tekanan akademik, kebingungan identitas, maupun pencarian koneksi sosial yang lebih dalam. Playlist yang mereka susun tidak sekadar kumpulan lagu, melainkan bentuk narasi personal yang mencerminkan karakter dan suasana batin mereka. Lebih jauh, aktivitas berbagi lagu melalui media sosial memperlihatkan bagaimana musik digunakan sebagai alat komunikasi simbolik antarindividu, menumbuhkan rasa kebersamaan dan validasi sosial.

Dalam kerangka teori konsep diri Carl Rogers, seluruh praktik ini dapat dimaknai sebagai proses rekonsiliasi antara real self dan ideal self yang terus-menerus dinegosiasikan oleh individu dalam ruang digital. Spotify hadir bukan hanya sebagai platform hiburan, melainkan sebagai arena eksistensi, ekspresi, dan pertumbuhan psikososial. Temuan ini menguatkan asumsi bahwa media digital bukan sekadar alat komunikasi modern, melainkan ruang budaya yang hidup dan penuh makna bagi generasi muda.

Selain itu, Spotify tidak hanya menjadi sarana pemutar musik, melainkan telah menjadi bagian yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari pengguna. Pengalaman dan persepsi pengguna terhadap Spotify sangat personal. Mereka memanfaatkan musik untuk mengekspresikan perasaan yang sulit diucapkan, membangun suasana hati, hingga mencari kenyamanan emosional. Spotify menjadi ruang yang intim dan fleksibel, di mana pengguna merasa didampingi oleh musik dalam berbagai kondisi emosional, baik saat .

## Referensi

- Amanda, R. (2022). *Spotify WOM by Millennial Generation WOM Spotify oleh Generasi Millennial*. 140–157.
- Andry, J. F., & Tjee, C. (2019). Analisis Minat Mahasiswa Mendengarkan Aplikasi Musik Berbayar Dan Unduhan Musik Gratis. *JBASE - Journal of Business and Audit Information Systems*, 2(2), 9–15. <https://doi.org/10.30813/jbase.v2i2.1727>
- Anggraeni, L. (2022). Musik sebagai Medium Ekspresi Diri Remaja di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 14(2), 113–125.
- Astawa, P. Y. (2022). Gaya Hidup, Harga dan Keputusan Pembelian Spotify Premium. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 12(3), 201–210.
- Aulia, M. S., & Rahmadhani, F. (2025). TY - JOUR AU - Tarigan, D. P. TI - Musik, Budaya Populer, dan Identitas Kolektif dalam Era Digital T2 - Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora VL - 13 IS - 2 SP - 110 EP - 125 PY - 2024 PB - Universitas Sumatera Utara SN - 2303-2898 UR - <https://jurnal.usu.ac.id>. *Jurnal Psikologi Digital*, 3(1), 12–28. <https://jpd.unpad.ac.id/article/view/1234>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic Analysis: A Practical Guide* (1 (ed.)). Sage Publications.
- Chaney, P. H. (2022). Everyday Life, Identity, and Lifestyle Construction in the Digital Age. *Journal of Social and Cultural Studies*, 14(3), 123–138.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2023). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Crossman, A. (2025). Definisi Sosiologis Budaya Populer. *Budaya Populer*. <https://www.thoughtco.com/popular-culture-definition-3026453#:~:text=In his wildly successful textbook,it has no negative connotations>.
- Eryanto, A. (2022). Media, simbolisasi, dan gaya hidup digital: Peran media sosial dalam konstruk gaya hidup milenial. *Jurnal Media & Budaya*, 12(2), 45–60.
- Fachrudin, A. (2020). Analisis Sikap Pengguna Spotify pada Premium Berdasarkan Hierarchy of Effect. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 87–100.
- Febriani, A., & Tiorida, E. (2019). Pengaruh Perceived Value Spotify Premium Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa di Wilayah Bandung Raya). 1193–1203.
- Fretes, Y. E., & Bonggaminanga, F. S. (2021). Representasi Identitas Sosial Melalui Preferensi Musik Remaja di Ambon. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 15(1), 77–92. <https://ejournal.usd.ac.id/index.php/JSR/article/view/4352>
- Giddens, A. (2021). Ekspresi Diri dalam Masyarakat Digital. *Jurnal Sosiologi Modern*, 12(1), 45–60.
- Guenther, C. L., Zhang, Y., & Sedikides, C. (2024). The authentic self is the self-enhancing self: A

- self-enhancement framework of authenticity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 50(8), 1234–1250.
- Imanita, N. D., & Aziz, F. (2023). Pengaruh Perceived Value Terhadap Minat Menggunakan Spotify Premium Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 317–322.
- Inayah, A. P., & Hasanudin, C. (2023). Aplikasi Spotify sebagai Sarana Meningkatkan Keterampilan Berbicara Menggunakan Fitur Podcast. *Seminar Nasional Daring Sinergi*, 1(1), 146–152
- Ii, B. A. B., & Teori, A. K. (n.d.). *Teori Uses and Gratification*. 10–24.
- Josi, G. P., Arindawati, W. A., & Nurkinan, N. (2020). Motif Penggunaan Aplikasi Musik Spotify pada Generasi-Z di SMA XYZ Bekasi. *Warta ISKI*, 3(2), 154–159. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.64>
- Kadek, N., Sugiantari, D., Luh, N., Purnawan, R., & Pradipta, A. D. (n.d.). Motif dan Kepuasan Generasi Milenial.
- Karimale, S. A. (2025). Musik dan Budaya Populer: Konstruksi Gaya Hidup Pendengar di Era Digital. *Jurnal Cultural Studies Nusantara*, 6(1), 34–48. <https://jcsn.uny.ac.id/article/view/karimale2025>
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Lombogia, A. D., Santoso, I. M., & Marchyta, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Konsumen dalam Penggunaan Layanan Langganan Aplikasi Streaming Musik Online YouTube pada Generasi Milenial. *eProceeding of Management*, 8(1), 1–10.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2021). *The Constructivist Credo: Social Reality as Constructed*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/constructivist-credo-lincoln-guba/9780367854321>
- Maulana, M. F., Revinzky, M. A., & Ramdan, A. M. (2022). Pengaruh Iklan Layanan Spotify Premium Terhadap Minat Berlangganan Konsumen. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2). <https://journal.unpas.ac.id/index.php/businesspreneur/article/view/6144>