

DAFTAR PUSTAKA

- Auditya, A., & Hidayat, Z. (2021). Netflix in Indonesia: Influential Factors on Customer Engagement among Millennials'. *Journal of Distribution Science*, 19(1), 89-103.
- Awaludin, A., & Lestari, E. S. (2019). Penggunaan Google Search Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Subang. *OMNICOM: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 33-40.
- Cara Melihat Subscriber Youtube dengan Mudah dan Akurat.* (2025). Diakses pada 23 Agustus 2025, dari <https://www.kapanlagi.com/feeds/cara-melihat-subscriber-youtube-dengan-mudah-dan-akurat-fd0a15533b.html?page=2>.
- Gloria, B. C., Luik, J. E., & Tjahyana, L. J. (2021). Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel Youtube Jess No Limit. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2), 2-12.
- Hanifah, I. (2021). Motif, Pola Penggunaan, dan Kepuasan Menggunakan Media (Hubungan antara Motif Mengikuti Akun Instagram dan Pola Penggunaan Media terhadap Kepuasan di Kalangan Pengikut Akun Instagram @femaledailynetwork). *Jurnal Kommas*, 1-13.
- Hidayat, A. *Uji Normalitas*. Diakses pada 27 Desember 2024, dari <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html>.
- Hulu, S., & Sinaga, J. (2019). *Analisis Korelasi: Pearson, Spearman, dan Kendall*. Yogyakarta. Deepublish.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Husna, A. N., & Rianto, P. (2021). Membaca komentar di media sosial sebagai hiburan. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 29-40.
- Hutabarat, M. R. M. R., & Syam, H. M. (2021). Motivasi mahasiswa Universitas Syiah Kuala menonton konten gaming di media youtube. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 6(3).
- Isfahany, G. I. *Hubungan Antara Motif Menonton dengan Tingkat Kepuasan Subscriber Remaja pada Channel Youtube VDVC Religi* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), 1-103.

- Isnaini, M. (2023). *Pendekatan Uses And Gratification Theory pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi), 13647-13655.
- Juniar, I. S., & Nasionalita, K. (2022). Motif Penggunaan Media Pada Pengguna Fitur Whatsapp Story (Studi Pada Generasi Millennial di Kota Bandung). *Jurnal Education and Development*, 10(3), 451-456.
- 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.
- Kim, A. M., & Saputro, E. P. (2022). *Motif Dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel Otodriver Di Youtube* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). 1-29.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Majeed, M., Owusu-Ansah, M., & Ashmond, A. A. (2021). The influence of social media on purchase intention: The mediating role of brand equity. *Cogent Business & Management*, 8(1).
- Mcquail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mengenal Analisis Brivat: Pengertian, Jenis, dan Contoh. (2023). Diakses pada 27 Desember 2024, dari <https://lp2m.uma.ac.id/2023/02/28/mengenal-analisis-bivariat-pengertian-jenis-dan-contoh/>.
- Noviherni, N. *Analisis Kepuasan Konsumen KFC di Wilayah Jakarta Pusat*. STIE YAI. 1-19.
- Nugroho, B. A. (2005). *Strategi jitu memilih metode statistik penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Pratama, A., & Anggraini, R. (2019). Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 1(1), 16-30.
- Purba, F. (2024). *Mengenal Lebih Dekat Youtuber "Windah Basudara"*. Diakses pada 2 Juni 2025, dari <https://www.rri.co.id/hiburan/1223105/mengenal-lebih-dekat-youtuber-windah-basudara>.

- Putra, R, & Haqqu, R. (2024). Hubungan Antara Motif dan Kepuasan Menonton Konten Gaming Windah Basudara Pada Platform Youtube. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 8(1), 138-151.
- Putri, I., Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1-10.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: PT.Remaja FRosdakarya..
- Riduwan & Sunarto. (2014). *Pengantar Statistika untuk penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024*. Diakses pada 23 Oktober 2024, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/#:~:text=Alasan%20Utama%20Orang%20di%20Indonesia%20Menggunakan%20Media,mengetahui%20apa%20yang%20dibicarakan%20oleh%20orang%20lain.>
- Sadirman. (2003). *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, N. A., Bukhari, B., Usman, U., & Hamzah, P. K. (2019). Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram di Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014-2017. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 74-78.
- Salim. M. P. (2024). *Profil Windah Basudara, Youtuber Gaming yang Disebut Layak Jadi Menkominfo*. Diakses pada 10 Juni 2025, dari <https://www.liputan6.com/hot/read/5603200/profil-windah-basudara-youtuber-gaming-yang-disebut-layak-jadi-menkominfo>.
- Sampurna, D.A., & Sudradjat, R.H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Windah Basudara Terhadap Brand Royalty Tim Esports Rex Regum Qeon. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2740-2749.
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube sebagai sumber belajar generasi milenial. *Journal of Civic Education*, 2(3), 313-323.
- Sindi. (2025). *Kisah Inspiratif Windah Basudara: Dari Perjuangan dan Kreativitas Menuju Keberhasilan di Dunia Digital dan Kepedulian Sosial*. Diakses pada 10 Juni 2025, dari <https://energika.id/detail/72502/kisah-inspiratif-windah->

[basudara-dari-perjuangan-dan-kreativitas-menuju-keberhasilan-di-dunia-digital-dan-kepedulian-sosial.](#)

- Sianipar, A.P. (2013). Pemanfaatan Youtube di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW*, 2(3), 1-10.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tampubolon, S., & Dirgantara, P. (2023). Pengaruh Konten Youtube Oura Gaming Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mobile Legends. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 8(4), 684-694.
- Vadilla, W. S., & Hidayanti, M. (2024). Pengaruh Model Pembelajaran Sains Teknologi dan Masyarakat (STM) Terhadap Peningkatan Kemampuan Berempati Pada Anak Usia Dini. *Indonesian Journal of Islamic Education*, 2(2), 138-144.
- Wakas, J. E., & Wulage, M. B. N. (2021). Analisis Teori Uses And Gratification: Motif Menonton Konten Firman Tuhan Influencer Kristen Pada Media Sosial Tiktok. *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen*, 1(1), 25-44.
- Wirawan, N. A. (2024). *Kisah Windah Basudara, Streamer Idola Bocil Kematian*. Diakses pada 27 Desember 2024, dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2024/09/05/kisah-windah-basudara-streamer-idola-bocil-kematian#:~:text=Windah%20memulai%20kariernya%20di%20YouTube,hingga%20mengulas%20berbagai%20macam%20game>.
- Yanti, D. R. (2022). *Tingkat Kepuasan Followers Twitter@ Coppamagz Terhadap Media Online Coppamagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).