

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2023). *Laporan survei penetrasi internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Apriliyanti, T. R. (2025). Peran media sosial dalam membentuk preferensi musik Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(2), 295–300. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i2.92266>
- Elistian, D. N., Andriana, D., & Widarti. (2025). Peran Spotify dalam pembentukan identitas diri dan ekspresi gaya hidup Generasi Z di Jakarta. *Media Komunikasi Efektif*, 1(2), 76–81.
- Fandhy, A., Umam, K., Harahap, N. S., & Nasution, N. A. A. (2025). Media baru dalam dinamika komunikasi pada era digital. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 6(1), 548–559. <https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik/article/view/1280>
- Flasyawalani, F. (2020, Juni). Playlist: Peneman suasana hati dan segudang makna lainnya. *Gilanada*. <https://www.gilanada.com/playlist-peneman-suasana-hati-dan-segudang-makna-lainnya/>
- Guntur. (2019). A conceptual framework for qualitative research: A literature studies. *Capture: Jurnal Seni Media Rekam*, 10(2), 91–106. <https://doi.org/10.33153/capture.v10i2.2447>
- Hilmy, A. D. (2024). *Ekspresi diri pada kalangan pengguna Spotify* (Skripsi). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Ma'arifah, F. A. (2019). *Fenomena jilbab perspektif Edmund Husserl* (Skripsi). Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, Indonesia.
- Meodia, A. (2016, Maret 30). Spotify resmi meluncur di Indonesia. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/berita/552487/spotify-resmi-meluncur-di-indonesia>
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraheni, S., Marchela, D. P., Al Ghozali, S. K., Ahya', M. K., Nasikhin, J., Junaedi, M., & Roesner, M. (2023). Konsep fenomenologi Edmund Husserl dan relevansinya dalam konsep pendidikan Islam. *Akhlaqul Karimah: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 143–154. <https://doi.org/10.58353/jak.v2i2.140>
- Novia, R. (2024, Juli 18). Artis Indonesia ditemukan pendengar baru di Spotify lebih dari 51 miliar kali. *Billboard Indonesia*. <https://billboard-indonesia.com/market/industry-news/2024/07/18/artis-indonesia-ditemukan-pendengar-baru-di-spotify-lebih-dari-51-miliar-kali/>
- Nouvelle, D. E., Andriana, D., & Widarti. (2024). Peran Spotify dalam pembentukan identitas diri dan ekspresi gaya hidup Gen Z di Jakarta. *Media Komunikasi Efektif*, 1(2), 76–81. <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/mke/article/view/9880>

- Putri, A. R., & Lestari, S. (2019). Ekspresi diri dan pembentukan identitas pada individu di era digital. *Jurnal Psikologi Sosial*, 17(2), 101–112.
- Ramadhani, A., & Khoirunisa, N. (2024). Karakteristik Generasi Z sebagai digital native dalam budaya media digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, X(X), xx–xx. [perlu dilengkapi]
- Ramadhani, O., & K. (2025). Generasi Z dan teknologi: Gaya hidup Generasi Z di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 323–331.
- Rianto, P. (2016). Media baru, visi khalayak aktif dan urgensi literasi media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 90–96. <https://www.jurnal-iski.or.id/index.php/jkiski/article/view/54>
- Spotify Newsroom. (2023). *Spotify company information*. Spotify. <https://newsroom.spotify.com>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Statistik: Teori dan aplikasi*. Erlangga.
- We Are Social & Kepios. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. We Are Social.
- Yolanda, M. N., & A. (2024). Penggunaan aplikasi Spotify sebagai media baru layanan streaming musik pada Generasi Z. *LITERAKOM: Jurnal Literasi dan Komunikasi*, 2(1), 15–24. <https://doi.org/10.24036/lk.v2i1.18>
- Yolanda, M. N., Aini, H., & Sari, D. M. (2024). Penggunaan aplikasi Spotify sebagai media baru layanan streaming musik pada Generasi Z. *LITERAKOM: Jurnal Literasi dan Komunikasi*, 2(1), 15–24. <https://doi.org/10.24036/lk.v2i1.18>