

DAFTAR PUSTAKA

- Afni, R. (2023). Ekspresi Diri Melalui Media Sosial *Tiktok* (Studi Pada Anggota Komunitas *Tiktok* Pekanbaru Riau)
- Aisah, S. (2021). Ekspresi Diri Fujoshi Terhadap Konten *Boys Love* di *Twitter* = *Fujoshi's Self- Expression Of Boys Love Content On Twitter*. Universitas Hasanuddin.
- Ardipal, A. (2020). Pemanfaatan Perangkat Teknologi dalam Pembelajaran Musik Berbasis Tematik sebagai Peningkatan Keterampilan Abad 21 Bagi Guru Sekolah Dasar. *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan dan Pendidikan Musik*.
- Choi, E. J., & Kim, S. H. (2013). *The study of the impact of perceived quality and value of social enterprises on customer satisfaction and re-purchase intention. International journal of smart home*, 7(1), 239-252.
- Herdiansyah, Haris. (2013). Wawancara, Observasi, dan *Focus Groups* Sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jessica, M. (2022). Pengaruh Nilai Kesenangan Dan Ekspresi Diri *Visual Skin* Terhadap Niat Beli Ulang *Skin Game Mobile Legends* Di Jakarta Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen
- Josi, G. P., Arindawati, W. A., & Nurkinan, N. (2020). Motif Penggunaan Aplikasi Musik *Spotify* pada Generasi-Z di SMA XYZ Bekasi. *Warta ISKI*, 3(02), 154–159.
- Junaidi. (2018). Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi *Cultivation Theory in Communication Science*, 4(1), 42–51.
- Kim, HS, & Sherman, DK (2007). "Ekspresikan Diri": Budaya dan Pengaruh Ekspresi Diri terhadap Pilihan. *Jurnal Kepribadian dan Psikologi Sosial*
- Makbul, M. (2021). Pengaruh Kecerdasan Emosi Terhadap Hasil Belajar PAI Peserta Didik SMA Pondok Pesantren Modern Darul Falah Enrekang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

- McIntyre, H. (2017). *Spotify Has Acquired Machine-Learning Startup Niland*. *Forbes.com*.
- Miles, M.B. dan A.M. Huberman. (1992). Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: UI Press.
- Nadia, G. (2021) Analisis Makna Denotasi Pada Fitur “Mendengarkan Secara *Offline*” di Aplikasi *Spotify*
- Salma, N. (2021). Komparasi Algoritma Klasifikasi Genre Musik Pada *Spotify* Menggunakan *Crisp-Dm*
- Spotify & Kantar TNS Research*. (2017). *The New Audio Study: Reaching The Spotify Listeners In Indonesia*. Spotify For Brand.
- Spotify & The Nielsen Company*. (2017). *Spotify Indonesia Consumer Insight: Reach The Audience That Matters to Your Brand*. Spotify For Brand.
- Triwijanarko, R. (2017). Tak Mau Disalip Kompetitor, *Spotify* Kembangkan Teknologi AI. <http://marketeers.com/spotify-kembangkan-teknologi-ai/>
- Josi, G. P., Arindawati, W. A., & Nurkinan, N. (2020). Motif Penggunaan Aplikasi Musik *Spotify* pada Generasi-Z di SMA XYZ Bekasi. *Warta ISKI*, 3(02), 154–159.
- Yollis, S., & Netti, M. (2018). *Spotify: Aplikasi Music Streaming Untuk Generasi Milenial*.