

SOUNDCLOUD SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA DIGITAL

Winda Sukra¹

¹Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
Jl. Limau II, Rt 3/3 Jakarta 12130
Winda.sukra12@gmail.com

ABSTRAK.

Di zaman sekarang ini dalam komunikasi massa tidak lagi terpaku dengan media massa cetak dan elektronik saja melainkan sudah dapat menggunakan media digital, karna dengan seiring berkembangnya teknologi kini sudah banyak situs web serta aplikasi yang dibuat untuk menjadi media komunikasi massa. Salah satu media massa digital adalah situs web Soundcloud. Situs web Soundcloud ini merupakan media atau alat komunikasi massa digital yang berbasis audio yang mana hanya dapat *mensharing* informasi atau pesan dengan suara saja. Penulisan ini bertujuan untuk mendorong masyarakat mengikuti kemajuan teknologi dalam media komunikasi massa melalui situs web Soundcloud dengan memberikan penjelasan mengenai Soundcloud sebagai media komunikasi massa digital yang memiliki banyak keunggulan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan *literature review*. Hasil dan pembahasan dari penulisan ini adalah memberikan sebuah penjelasan mengenai situs web Soundcloud sebagai media komunikasi massa digital. Situs web Soundcloud sebagai media komunikasi massa digital karena fitur utama yang ada di dalamnya bertujuan untuk *sharing* dan mendengarkan musik dan lagu yang mana lagu merupakan bentuk dari komunikasi massa dan Soundcloud dapat menjangkau banyak khalayak yang merupakan karakteristik dari media massa.

Kata kunci: Komunikasi, Media Massa, Soundcloud.

ABSTRACT.

In today's era, mass communication is no longer fixated on print and electronic mass media, but can use digital media, because along with the development of technology, there are now many websites and applications that have been created to become mass communication media. One of the digital mass media is the Soundcloud website. This Soundcloud website is an audio-based digital media or mass communication tool which can only share information or messages by voice. This writing aims to encourage people to follow technological advances in mass communication media through the Soundcloud website by providing an explanation of Soundcloud as a digital mass communication medium that has many advantages. This study uses a descriptive qualitative method with a literature review. The results and discussion of this paper are to provide an explanation of the Soundcloud website as a digital mass communication medium. Soundcloud website as a digital mass communication media because the main features in it aim to share and listen to music where music is a form of mass communication and Soundcloud can reach many audiences which is a characteristic of mass media.

Keywords: Communication, Mass Media, Soundcloud

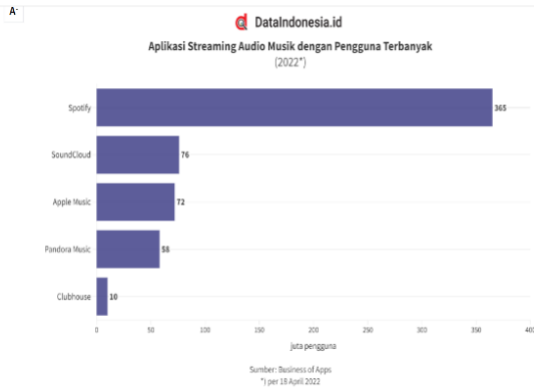
PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, kini Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan manusia. Khususnya dalam bersosialisasi, dimana masyarakat kini menggunakan internet sebagai media komunikasi di dalam kehidupan sehari-harinya.

Perkembangan TIK dalam media komunikasi terutama pada komunikasi massa dapat disebut dengan media massa, yang mana dijadikan sebagai alat dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak dengan jangkauan yang lebih luas. Tidak hanya itu, media massa memiliki dampak bagi khalayak, sehingga hal tersebut membuat media massa menjadi penting karena fungsinya yang mendidik, mempengaruhi, menginformasikan dan menghibur (Makhshun & Khalilurrahman, 2018).

Seiring dengan perkembangan waktu, kini internet telah menjadi media komunikasi yang menarik bagi khalayak, karena para pengguna dapat lebih bebas mengekspresikan dirinya,

seperti di beberapa situs web jejaring sosial yang menjadi media atau alat yang digunakan oleh anak muda, tidak hanya di Indonesia melainkan diseluruh dunia. Jenis situs web jejaring sosial sangatlah banyak dan bermacam ragam, seperti situs web jejaring sosial yang berfungsi sebagai *platform* distribusi audio diantaranya Spotify, Joox, Soundcloud, dan sebagainya, dimana masing-masing dari jejaring sosial tersebut memiliki keunggulan. Salah satu contoh yaitu situs web Soundcloud, yang mana Soundcloud memiliki keunggulan pada *sharing* audionya yang dapat diakses secara gratis, tetapi dengan keunggulan yang dimiliki oleh Soundcloud tidak membuat jejaring sosial itu diminati banyak orang, seperti yang dapat kita lihat pada hasil data statistik di laman web dataindonesia.id pada gambar 1.



Gambar 1

Sumber :

<https://dataindonesia.id/digital/detail/spotify-jadi-aplikasi-musik-dengan-pengguna-terbanyak-di-dunia>

Pada gambar 1 berdasarkan data statistik yang bersumber dari *Business of Apps* per 18 April 2022 yang dikutip oleh laman web dataindonesia.id, dapat kita lihat bahwa situs web Soundcloud menduduki peringkat kedua dengan 76 juta pengguna, dibandingkan dengan Spotify yang memperoleh 365 juta pengguna (Mahdi, 2022).

Soundcloud adalah salah satu platform media komunikasi massa secara digital yang memiliki berbagai fitur, dimana fitur utama dari Soundcloud ialah *mensharing* musik dan lagu dalam bentuk audio/suara. Lagu merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa karena terdapat lirik sebagai pesan yang disampaikan, seperti yang diungkapkan oleh DeFleur dan Dennis (dalam Halik, 2013) menjelaskan bahwa “komunikasi massa adalah proses komunikasi yang ditandai dengan bantuan penggunaan media bagi komunikator untuk mengungkapkan pesan secara luas, dan terus-menerus mengembangkan makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara”. Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa penyanyi adalah seorang komunikator, karena memberikan pesan dalam bentuk lagu yang disampaikan dengan satu arah kepada pendengar (komunikannya) melalui platform Soundcloud yang dijadikan sebagai media massa.

Tidak hanya itu dalam situs web Soundcloud terdapat juga fitur untuk melakukan promosi terhadap karya yang sudah di *upload* ke dalam situs web Soundcloud tersebut. *Sharing*, mendengarkan, serta mempromosikan musik dan lagu melalui situs web Soundcloud tidak di pungut biaya atau

dapat dikatakan gratis. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mendorong masyarakat mengikuti kemajuan teknologi dalam menggunakan media komunikasi massa melalui situs web Soundcloud, dengan memberikan penjelasan mengenai Soundcloud sebagai media komunikasi massa digital yang memiliki banyak keunggulan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan prosedur atau cara untuk melakukan suatu penelitian agar tercapainya tujuan penelitian. Pada penelitian ini, menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan *literature review*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Komunikasi Massa

Komunikasi atau *Communication* berdasar dari istilah bahasa Latin yaitu *communicatio*, yang berarti sama, hal yang dimaksud sama ialah sama dalam makna (Effendy dalam Tambunan, 2018). Sedangkan menurut Kincaid terminologi komunikasi merupakan proses penyampaian dan penerimaan informasi atau pesan yang dilakukan oleh dua individu atau lebih, yang pada waktunya menghasilkan saling pengertian mendalam (Cangara dalam Tambunan, 2018).

Definisi komunikasi massa menurut Joseph A. Devito dibagi menjadi 2, diantaranya yang pertama komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada suatu ilmu yang sangat luas. Kedua, komunikasi massa merupakan komunikasi yang dimediasi melalui pemancar audio dan/atau visual. Sedangkan menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney mendefinisikan bahwa Komunikasi massa merupakan proses dimana pesan yang diproduksi dengan massal dan ditransmisikan ke penerima yang besar, anonim, dan heterogen (Nida, 2014).

Dari definisi diatas, dapat dipahami bahwa komunikasi massa merupakan proses penyampaian informasi atau pesan secara satu arah atau linier kepada khalayak dengan jumlah yang besar dan menggunakan media massa seperti media cetak, elektronik, serta digital. Contohnya seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, internet dan sebagainya yang dimana komunikator tidak mengenal komunikannya yaitu anonim dan heterogen.

Komunikasi massa tentunya tidak sama dengan komunikasi interpersonal, dimana komunikasi massa ini mencakup banyak khalayak sehingga proses komunikasinya sangat kompleks. Terdapat 5 proses komunikasi

massa yaitu : (1) Mendistribusikan dan menerima informasi atau pesan dalam skala besar. Contohnya dalam siaran berita melalui televisi, dimana komunikator menyampaikan secara langsung dengan perantara media dalam menyampaikan informasi agar dapat diterima oleh masyarakat atau khalayak (pemirsa) dalam skala besar; (2) Dilakukan dengan satu arah atau linier, yaitu dari komunikator kepada komunikan. kecil kemungkinan terjadinya dialog dua arah antara komunikator dengan komunikan; (3) Berlangsung dengan asimetris antara pemberi dan penerima, dimana terjadinya komunikasi di antara keduanya yang berlangsung dengan datar serta bersifat sementara; (4) Proses komunikasi massa juga berlangsung dengan tidak *personal*; dan (5) Berlangsung berdasarkan kebutuhan (market) di masyarakat (Nida, 2014).

Komunikasi massa berperan penting akan popularitas individu, organisasi, atau institusi tertentu. Dapat dilihat seperti dalam kalangan politik, sosial, ekonomi, olahraga, hiburan, dan sebagainya yang tidak dapat lepas dari peliputan media massa. Terdapat beberapa unsur dari Komunikasi massa, diantaranya meliputi: (1) Komunikator; (2) Media Massa; (3) Informasi (pesan); (4) Gatekeeper; (5) Khalayak; dan (6) Umpan balik.

Menurut Suprpto komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik, diantaranya: (1) karakter komunikan, yaitu komunikasi massa disampaikan kepada khalayak dengan jumlah besar, anonim, dan heterogen; (2) karakter media massa, yaitu serempak, cepat, dan jangkauan yang luas; (3) sifat pesan, dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan dengan media massa bersifat non privat; dan (4) karakter komunikator, karena menggunakan media massa yang terlembaga maka komunikator pun juga yang terlembagakan (Kurniawan & Yulistyo, 2018).

Terdapat 4 fungsi komunikasi massa menurut Charles Wright, diantaranya: (1) pengawasan (*surveillance*), dimana media memberikan aliran pemberitaan tanpa henti mengenai informasi yang memungkinkan pemirsa menyadari akan perkembangan dilingkungannya yang dapat mempengaruhi mereka; (2) korelasi (*correlation*), adanya keterkaitan yang menjelaskan informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi pada hari itu. Fungsi korelasi tersebut membantu para *audience* menentukan keselarasan pesan pengawasan yang bermanfaat bagi mereka; (3) sosialisasi (*socialization*), yang merupakan sebagai bagian dari perluasan fungsi

pengawasan dan fungsi korelasi, dimana sosialisasi ini membantu *audience*/khalayak untuk dapat berperan serta dalam masyarakat; dan (4) hiburan (*entertainment*), dimana hal ini melekat di tengah pemirsa, serta dapat memberikan pengalihan perhatian atau membebaskan pemirsa dari tanggung jawab sosial (Brent D & Lea P, 2014).

II. Lagu Sebagai Bentuk Komunikasi Massa

Lagu merupakan karya seni yang dinyanyikan yang diiringi dengan alunan musik. *Encyclopedia of Americana* (1998) mengatakan bahwa lagu merupakan karya *musical* pendek, dengan teks yang puitis yang sama pentingnya antara musik dan kata-kata. Teks dapat dikatakan sebagai sebuah lirik yang dapat dinyanyikan dengan melodi instrument atau musik (Ifadah & Aimah, 2012). Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa lagu merupakan sebuah karya seni yang mana di dalamnya terdapat dua unsur yaitu lirik dan musik (*instrument*).

Salah satu unsur didalam lagu terdapat lirik yang berarti bahwa pesan yang disampaikan kepada *audience* (komunikan) berupa kalimat yang ada pada lirik. Lirik lagu adalah ekspresi seseorang terkait suatu hal yang telah dilihat, dirasakan, maupun dialaminya. Dimana didalam mengekspresikannya bisa tertuang pada kata-kata dan bahasa yang dimainkan dengan vokal dan diiringi melodi atau notasi musik yang disesuaikan terhadap lirik lagunya (Awe dalam Fitri, 2017). Lirik lagu adalah simbol verbal yang dibuat oleh manusia, dimana manusia merupakan makhluk yang mengerti bagaimana untuk bereaksi, tidak hanya terhadap lingkungan fisiknya, melainkan juga pada simbol-simbol yang diciptakannya sendiri (Rivers, 2003). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa lirik adalah reaksi simbolik dari manusia terhadap suatu hal yang kemudian tertuang dalam bentuk kata-kata yang di bagikan dalam bentuk vokal yaitu dengan cara dinyanyikan.

Tidak hanya lirik yang terdapat dalam sebuah lagu, melainkan ada juga musik yang terdapat di dalam sebuah lagu atau dapat dikatakan sebagai salah satu unsur dari terciptanya lagu. Kata musik bersumber dari bahasa Yunani, istilah tersebut berasal dari kata *mousike* yang diambil dari nama dewa yaitu *mousa* yang memiliki arti pemimpin seni dan ilmu. Musik memiliki unsur didalamnya seperti irama, melodi, dan harmoni yang menghasilkan suara-suara indah. Oleh karena itu tidak heran jika musik didefinisikan sebagai suatu ungkapan dari perasaan dan pikiran secara

teratur dalam bentuk bunyi (Wulandari et al., 2019).

Ketika musik ditambahkan dengan lirik terbentuklah sebuah lagu yang siap untuk diperdengarkan kepada *audience* nya, dimana lirik lagu yang terkandung didalamnya membuat penikmat (komunikator) dapat mendengar dan menerima pesan yang disampaikan dalam lagu tersebut. Terjalannya sebuah proses komunikasi pada saat penyanyi menyanyikan lagu dengan penuh penghayatan kepada *audience* nya. Maka dapat dikatakan bahwa lagu merupakan salah satu jenis dari komunikasi massa, karena lagu memiliki beberapa kesamaan dengan komunikasi massa mulai dari segi unsur, karakteristik, serta fungsinya. Seperti halnya dalam segi unsur penyanyi sebagai komunikator yang mempunyai label resmi dari suatu *company*, dengan begitu pesan yang disampaikan kepada *audience* (komunikator) melalui proses yang memerlukan banyak pihak untuk terlibat dan memiliki struktur dalam penyampaian pesan, baik dalam bentuk rekaman ataupun video yang melalui beberapa tahap dengan melibatkan banyak pihak. Dalam segi karakteristik dimana lagu disampaikan oleh penyanyi (komunikator) secara linier kepada *audience* (komunikator), yang mana penyanyi tidak mengenal secara *personality audience* nya yang terdiri dari lapisan masyarakat yang berbeda. Sedangkan dari segi fungsi secara umum komunikasi massa memberikan informasi yang mendidik dan menghibur, sama halnya dengan lagu dimana penyanyi (komunikator) dapat menyampaikan informasi yang berkaitan seperti masalah sosial, pendidikan, ataupun hiburan.

III. Media Massa

Media massa terdiri atas dua kata yaitu "media" dan "massa". Kata media identik dengan pengertian "medium" yang berarti tengah, perantara atau penghubung. Sedangkan massa adalah suatu hal yang bersifat tidak pribadi atau *non personal* melainkan sesuatu yang berhubungan dengan banyak orang (Niryawan dalam Makhshun & Khalilurrahman, 2018). Media massa menurut Bungin adalah salah satu alat atau sarana untuk menyalurkan informasi atau pesan kepada masyarakat dengan jangkauan yang luas. Atau juga dapat didefinisikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi atau pesan secara massal baik dengan media komunikasi cetak, elektronik, dan digital yang dan dapat diakses oleh khalayak dengan jumlah besar, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat

atau sarana untuk menyebarluaskan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya (Habibie, 2018).

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa media massa merupakan alat penghubung untuk menyalurkan informasi atau pesan seperti dalam bentuk siaran berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya kepada khalayak dengan jangkauan yang luas dengan menggunakan media komunikasi baik cetak, elektronik, dan digital.

Media massa saat ini semakin berkembang dengan seiring berjalannya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang begitu pesat. Bermula dari media massa konvensional yang berupa cetak dan elektronik, contohnya seperti majalah, surat kabar, radio, televisi, dan sebagainya. Saat ini dengan perkembangan TIK, media komunikasi massa sudah mulai merambah ke internet, yang memiliki begitu banyak aplikasi dan situs web yang sudah diluncurkan untuk menjadi media komunikasi massa. Contohnya seperti, Youtube, Spotify, Soundcloud, dan sebagainya. Dimana masing-masing dari aplikasi tersebut memiliki keunggulannya tersendiri, seperti halnya Soundcloud dengan audio nya.

IV. Soundcloud Sebagai Media Komunikasi Massa

Situs web Soundcloud didirikan oleh Alex Ljung yang mengatakan bahwa "*Soundcloud allows anybody in the world to share audio that they've created, whether it's music, to recordings of their kids on their phone to speeches from Obama*", yang berarti bahwa Soundcloud merupakan sebuah *platform* audio online yang mengizinkan penggunaanya untuk berkolaborasi, promosi, dan mendistribusikan rekaman percakapan, lagu, maupun mp3 yang dibuat ke situs web Soundcloud (Ahmad, 2014). Dapat mengunggah ke situs web Soundcloud dengan format antara lain, MP2, MP3, WMA, AMR, WAV, AIFF, FLAC, ALAC, AAC, dan OGG yang kemudian setelah masuk akan di convert ke format MP3.

Soundcloud memiliki beberapa fitur, dimana fitur merupakan karakteristik yang terdapat di dalam media/aplikasi yang bersifat digital. Fitur yang terdapat dalam situs web Soundcloud antara lain yaitu : (1) musik *player*, untuk mendengarkan musik dan lagu; (2) *Explore*, untuk mencari musisi atau musik yang kita inginkan; (3) *follow*, untuk mengikuti akun Soundcloud lain; (4) *love*, untuk menyukai musik yang di dengarkan; (5) *repost*, untuk memposting ulang postingan yang sudah di post

oleh orang lain; (6) *share*, untuk membagikan musik ke sosial media lain seperti, twitter, facebook, dan sebagainya; (7) *comment*, untuk memberikan komentar terhadap waktu dan suara yang kita inginkan seperti misalnya kita ingin memberikan komentar di menit ke 01.43 ketika lagu itu di putar kita dapat mengomentari di menit tersebut; (8) *message*, untuk berkomunikasi kepada pengguna lain secara pribadi; (9) *Embed*, untuk menampilkan fitur musik *player* pada website maupun blog; dan (10) *group*, untuk membuat grup agar dapat berkomunikasi dengan pengguna lain yang memiliki kesukaan musik yang sama. Sehingga fitur-fitur ini dapat menarik perhatian bagi para pencipta seni untuk dapat berbagi lagu atau lagu hasil karya nya ke dalam situs web Soundcloud untuk siapapun yang ingin mendengarkannya (Lisnawan, 2018).

Pengguna situs web Soundcloud jika sebagai penyanyi, musisi atau yang disebut sebagai seorang komunikator untuk mengunggah hasil karya nya harus memiliki akun terlebih dahulu dan untuk komunikasi atau pendengar dari karya musik atau lagu tersebut tidak perlu memiliki akun, tetapi boleh jika ingin memiliki akun. Situs web Soundcloud dapat diakses melalui smartphone sehingga pengguna bisa dengan mudah mengaksesnya kapan saja dan dimana saja.

Soundcloud sendiri memberikan akses gratis untuk *mensharing*, mendengarkan atau menikmati, serta mempromosikan karya bagi penggunaannya sejak pertama kali diluncurkan, tetapi hal ini tidak mempengaruhi daya minat khalayak untuk menggunakan Soundcloud. Berdasarkan dataindonesia.id Soundcloud menduduki peringkat kedua setelah Spotify (Mahdi, 2022). Jika dibandingkan dengan Spotify, Soundcloud memiliki fitur yang lebih unggul, yang membuat Soundcloud lebih unggul karena para pengguna dapat berinteraksi secara *personal* dan *group*. Tidak hanya itu, untuk mengunggah hasil karya melalui Soundcloud sangatlah mudah karena terdapat fitur untuk langsung mengunggah karya tersebut dan tidak dipungut biaya (Lisnawan, 2018). Sedangkan dalam aplikasi Spotify para pengguna tidak dapat saling berinteraksi dan mengunggah karya harus melalui pihak ketiga (Nugroho et al., 2021).

Situs web Soundcloud sebagai media komunikasi massa digital dinilai mudah dalam penggunaannya. Dimana faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi informasi salah satunya yaitu persepsi pengguna pada manfaat (*usefulness*) dan

kemudahan dalam penggunaan teknologi tersebut (*ease of use*) (Evelina dan Indarwati dalam Ramadhan et al., 2017). Kemudahan penggunaan tersebut merupakan indikator bahwa pengguna yakin jika teknologi tersebut mudah untuk dimengerti dan digunakan. Sebagai bagian dari teknologi informasi, situs web Soundcloud memberikan kemudahan untuk penerbitan karya serta dengan tampilannya yang sederhana. Hal ini sesuai dengan karakteristik khusus penggunaan (*usability*) sosial media yaitu sosial media relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keahlian khusus (Purnama dalam Ramadhan et al., 2017)

SIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), maka media massa juga semakin berkembang. Dimana pada saat ini media komunikasi massa sudah mulai merambah ke internet, yang memiliki begitu banyak aplikasi dan situs web yang menjadi media komunikasi massa. Soundcloud salah satu jenis situs web jejaring sosial yang berfungsi untuk mendistribusikan audio, selain itu Soundcloud juga memiliki banyak fitur menarik seperti *sharing* audio, mendengarkan lagu, mempromosikan hasil karya, serta dapat juga untuk saling berkomunikasi baik secara *personal* maupun *group*, yang dapat diakses oleh para pengguna secara gratis.

Penulis berharap dengan adanya pembahasan mengenai keunggulan dari fitur yang disediakan oleh Soundcloud ini dapat membuat Soundcloud kembali ramai digunakan oleh masyarakat/khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, T. Y. (2014). *Pemanfaatan Jejaring Sosial Soundcloud Sebagai Media Promosi Band Myviolaine Morning* [Universitas Sultan Ageng Tirtayasa]. <https://eprints.untirta.ac.id/387/1/KOM-PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL SOUNDCLOUD SEBAGAI MEDIA PROMOSI BAND MY VIOLAINE MORNING.pdf>
- Brent D, R., & Lea P, S. (2014). *Komunikasi dan perilaku manusia* (5th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Fitri, S. (2017). Analisa Semiotik Makna Motivasi Lirik Lagu “Cerita Tentang Gunung Dan Laut” Karya Payung Teduh.

- Jurnal Komunikasi*, 8(3), 256–261.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/3071>
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79.
<https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa* (M. A. Dr. Hj. Muliati Amin (ed.); 1st ed.). Alauddin University Press.
- Ifadah, M., & Aimah, S. (2012). Keefektifan Lagu sebagai Media Belajar dalam Pengajaran Pronunciation/Pengucapan. *Seminar Hasil-Hasil Penelitian-LPPM UNIMUS*, 363–370.
<https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/psn12012010/article/download/530/579>.
- Kurniawan, R., & Yulistyo, D. (2018). Analisis Penggunaan Cerita Rakyat Bengkulu Dalam pembelajaran Retorika/Komunikasi Massa. *Jurnal STAIN Curup*, 1.
<https://core.ac.uk/download/pdf/230671708.pdf>
- Lisnawan, H. B. (2018). *Pemanfaatan SoundCloud Sebagai Media Promosi oleh Disc Jockey* (Vol. 7) [Universitas Islam Indonesia].
https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/8286/SKRIPSI_HERMA_BAGUS_LISNAWAN.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Mahdi, M. I. (2022). *Spotify Jadi Aplikasi Musik dengan Pengguna Terbanyak di Dunia*. DataIndonesia.Id.
<https://dataindonesia.id/digital/detail/spotify-jadi-aplikasi-musik-dengan-pengguna-terbanyak-di-dunia>
- Makhshun, T., & Khalilurrahman, K. (2018). Pengaruh Media Massa Dalam Kebijakan Pendidikan. *TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 57.
<https://doi.org/10.30659/jpai.1.1.57-68>
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi Dalam Media. *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(2), 76–95.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55289682/502-1926-1-PB_1-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1657265390&Signature=Q19sY1hSU2boV5rmPWuxQIwsYTcixet-T749zz-bXxdxZaUf~rPJgDqQldvfm8c4YSwwrGP5ru1nzX6fSDD~oHeUxa0mKqW3KWg-o5dVzCEPh23eCzTJeWmvNCJ~dGdrLZkQomCAvXkY
- Nugroho, B. W., Akbar, M. A., & Hapsari, P. D. (2021). *Distribusi Musik Indie Di Indonesia Dalam Perkembangan Teknologi Digital*. 1–16.
<http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/7735>
- Ramadhan, A. M. F., Karnay, S., & Amir, A. S. (2017). 333 Soundcloud Sebagai Media Alternatif Distribusi Karya Musik Musisi Indie Kota Makassar. *KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 333.
<https://doi.org/10.31947/kjik.v6i2.5337>
- Rivers, W. L. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern* (2nd ed.). Prenada Media.
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 24.
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1475>
- Wulandari, T. S., Aliyudin, M., & Dewi, R. (2019). Musik sebagai Media Dakwah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(4), 448–466.
<https://doi.org/10.15575/tabligh.v4i4.1089>