

Representasi Hedonisme dan Keharmonisan Keluarga pada Akun Rans Entertainment di Media Online Dengan Kajian Nilai-Nilai Islam

The Representation Of Hedonism and Family Harmony in Rans Entertainment Account on Online Media To The Study Of Islamic

¹Irwyatun Nikmah*, ²Dian Marhaeni K

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung

²Dosen Ilmu Komunikasi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung

*Corresponding Author:
Irwyatunnikmah@gmail.com

Abstrak

Youtube merupakan salah satu media yang banyak diminati masyarakat termasuk akun Rans Entertainment milik keluarga Raffi Ahmad yang terdapat banyak video dengan jenis dan konten yang beragam seperti mengenai gaya hidup hedonisme dan keharmonisan keluarga. Peneliti menganalisa representasi hedonisme dan keharmonisan keluarga pada akun Rans Entertainment di media online dengan kajian nilai-nilai Islam menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teori semiotika dari John Fiske yang membagi kode-kode televisi dalam 3 level yaitu realitas, representasi, dan ideologi tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 pendekatan saja yaitu realitas dan representasi. Keterbatasan penelitian ini terdapat pada objek yang hanya memfokuskan pada akun Rans Entertainment dan fokus mengenai hedonisme dan keharmonisan keluarga. Berdasarkan penggambaran dari segi realitas yaitu terdapat ekspresi dan gaya bicara atau dialog yang menunjukkan adanya perilaku gaya hidup hedonisme dan keharmonisan keluarga. Sedangkan dari segi representasi untuk pengambilan kamera menggunakan medium shot dan long shot, dan untuk pencahayaan menggunakan front light dan key light. Perilaku hedonisme tidak sesuai dengan ajaran agama Islam sedangkan keharmonisan keluarga sesuai dengan ajaran agama Islam. Dalam penelitian ini diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan media dengan mencontoh sisi positifnya. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan metodologi semiotika dengan pendekatan teori semiotika lain.

Kata Kunci: Hedonisme, Keharmonisan Keluarga, Rans Entertainment, Media Online, Nilai-Nilai Islam

Abstract

Youtube is one of the media that is enthused by the public, including Rans Entertainment account which belongs to the family of Raffi Ahmad. That account has many videos with various types and content such as the lifestyle of hedonism and family harmony. The researcher analyzed the representation of hedonism and family harmony in Rans Entertainment account on online media to the study of Islamic values. This research used qualitative descriptive research methodology and semiotic theory of John Fiske which divides television codes into 3 levels, namely reality, representation, and ideology. This research only used reality and representation approaches. The limitations of this study are the object that only focused on Rans Entertainment

account and on hedonism and family harmony. Based on the depiction of reality, there were expressions and styles of speech or dialogue that indicated the lifestyle behavior of hedonism and harmony family. In term of representation, the shooting process used medium shots and long shots, and front light and key light for the lighting. Hedonism behavior is not in accordance with the teachings of Islam while the family harmony is in accordance with the teaching of Islam. In this research, it is hoped that the public can take advantage of the media by emulating the positive side. The next researcher can use semiotics methodology with other semiotic theory approaches.

Keywords: *Hedonism, Family Harmony, Rans Entertainment, Online Media, IslamicValues*

1. PENDAHULUAN

Rans Entertainment adalah akun youtube pasangan selebriti Raffi Ahmad dan Nagita Slavina yang mulai bergabung pada 27 Desember 2015. Raffi Ahmad dan Nagita Slavina merupakan selebriti Indonesia yang terkenal dan telah menjadi publik figur yang banyak pengikutnya. Kebahagiaan keluarganya menjadi sempurna setelah dikaruniai seorang anak laki-laki yang diberi nama Rafathar Malik Ahmad. Teknologi yang semakin canggih seperti saat ini membuat Raffi Ahmad dan Nagita Slavina tidak hanya ingin tampil di layar televisi saja, namun untuk mengikuti perkembangan zaman mereka juga masuk dalam dunia media Youtube. Video yang diunggah sudah banyak dan bermacam-macam serta didominasi oleh konten yang bergenre video blogging atau vlog, yaitu bentuk blog yang menggunakan medium video. *Subscriber* atau pelanggan di akun Youtube Rans Entertainment berjumlah 7.2 juta pada Juni 2019 dengan durasi upload 3x sehari, yakni pada pukul 17.00 WIB, 20.00 WIB, dan 04.00 WIB.

Sekitar 10 tahun yang lalu, ketika kita bertanya pada anak-anak soal cita-cita kelak saat sudah besar, jawaban mereka pasti sekitar ingin menjadi dokter, polisi, hingga pilot. Namun, dengan keadaan dan zaman yang telah berubah seperti sekarang ini ternyata saat anak-anak ditanya apa cita-cita mereka ketika sudah besar, tidak sedikit yang menjawab ingin menjadi Youtubers. Youtubers adalah seorang pembuat video yang diunggah pada *platform* Youtube, atau Youtubers, seolah menjadi hal yang wajar. Dalam Riset yang pernah dilakukan *Tirto* kepada Generasi Z di Pulau Jawa dan Bali, ada sebagian kecil pelajar sekolah dasar dan sekolah menengah pertama yang memiliki cita-cita bekerja sebagai Youtubers (<https://tirto.id/konten-paling-populer-di-youtube-in-vlog-keluarga-edwU>).

Di zaman yang semakin modern ini, masyarakat lebih memilih menonton tayangan di youtube daripada menonton acara di televisi. Youtube menjadi alternatif bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Selain itu, dengan dukungan miliaran pemirsa, bekerja menjadi seorang Youtubers memang menjadi hal yang menjanjikan. Youtube bukan hanya menjadi tempat arsip video bagi khalayak luas, namun juga memungkinkan meraih pundi-pundi uang. Hal inilah yang menjadikan para Youtubers berlomba-lomba untuk terus menjaga produksi konten mereka agar pemirsa dan pelanggan semakin bertambah banyak. Youtube menjadi media *online* yang dipilih karena memiliki karakteristik yang cepat, mudah dan beragam pilihan konten. Tentunya video atau konten yang disajikan juga memiliki efek media yakni dalam pengetahuan, sikap, emosi dan tingkah laku. Salah satunya yaitu akun Youtube Rans Entertainment milik keluarga Raffi Ahmad dan Nagita Slavina yang rutin membagikan videonya melalui media Youtube. .

Dalam video yang diunggah pada akun Rans Entertainment memperlihatkan barang-barang mewah yang dimiliki keluarga Raffi Ahmad, kegiatan belanja sepuasnya, liburan ke luar negeri dengan fasilitas mewah, membahas barang mewah milik orang lain dan sebagainya. Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagianya dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan. Menurut Epikuros, tujuan hidup adalah *hedone*, yaitu kenikmatan. Pandangan Epikuros dan Aristippus mengenai kenikmatan sangat berbeda. Aristippus memandang kenikmatan sebagai kenikmatan tubuh atau indrawi. Sementara kenikmatan bagi Epikuros adalah kenikmatan etis, kenikmatan yang sesungguhnya dicapai dengan menjadi *ataraxia*, yakni ketenangan badan, pikiran, dan jiwa (Cahyono, 2018).

Selain itu, konten video yang diunggah akun Rans Entertainment juga memperlihatkan kondisi keluarganya seperti liburan bersama keluarga, sahur dan buka puasa bersama keluarga, tingkah lucu Rafathar terhadap kedua orang tuanya, merayakan hari pernikahan, merayakan hari ulang tahun bersama keluarga besar. Keharmonisan keluarga adalah idam-idaman keluarga modern terutama saat ini. Keharmonisan berarti adanya keserasian, kesepadanan, kerukunan di antara laki-laki dan perempuan dalam rumah tangga sebagai suami istri. Keharmonisan juga menyangkut kerukunan dengan anggota keluarga lain, yaitu anak-anak dan saudara-saudara (bila tinggal pada rumah yang sama). Untuk memelihara keharmonisan keluarga rumah tangga, maka suami dan istri yang sudah berumur maka selalu membangun kemesraan di antara mereka berdua (Simanjuntak, 2013).

Dalam agama Islam, manusia di ajarkan untuk memiliki prinsip kesederhanaan dalam hidup. Kesederhanaan merupakan konsep utama yang paling dasar dalam Islam. Islam menolak tegas sikap hidup materialisme, hedonisme, dan konsumerisme dalam bentuk larangan sifat boros di satu sisi dan kikir di sisi lainnya. Larangan bersifat boros terlihat jelas pada Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31 yang artinya: ***“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”*** (Aravik, 2017).

Selain itu, Islam juga memperhatikan masalah keharmonisan dalam keluarga. Islam memberikan berbagai anjuran dan perintah dalam menjaga kelanggengan dan keharmonisan rumah tangga, diantaranya adalah agar selalu berupaya memahami keadaan masing-masing, welas asih, bersikap positif, ketekunan, dan meluangkan waktu kebersamaan. Keluarga yang harmonis dalam Islam adalah keluarga yang sakinah, mawaddah, dan warahmah (Sholikhin, 2010).

Peneliti memilih akun Youtube Rans Entertainment untuk bahan penelitian karena konten yang diunggah sering menjadi trending atau sesuatu yang populer di Youtube. Selain itu juga dengan tingkah lucu anak Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, Rafathar Malik Ahmad, yang tentunya memiliki daya tarik sendiri dan dapat mempengaruhi bagi masyarakat.

Masalah

Bagaimana representasi hedonisme dan nilai-nilai keharmonisan keluarga pada akun Rans Entertainment di media *online* dengan kajian nilai-nilai Islam?

Tujuan

Untuk mengetahui representasi hedonisme dan nilai-nilai keharmonisan keluarga pada akun Rans Entertainment di media *online* dengan kajian nilai-nilai Islam.

Teori

Semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda. Semiotika dalam penjabaran John Fiske mengatakan bahwa semiotika memandang komunikasi sebagai pembangkitan makna dalam pesan baik oleh penyampai maupun penerima (*encoder atau decoder*). John Fiske menganalisis acara televisi sebagai “teks” untuk memeriksa berbagai lapisan sosio dan budaya makna dan isinya (Malik, 2016).

John Fiske berpendapat bahwa terdapat tiga bidang studi utama dalam semiotika yaitu:

- a. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara-cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna dan terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
- b. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
- c. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri (Fiske, 2011).

John Fiske mengemukakan bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah diencode oleh kode-kode yang terbagi dalam tiga level berikut:

- a. Level Realitas : Penampilan, make up, kostum, perilaku, lingkungan, gaya bicara, dan ekspresi
- b. Level Representasi : Kamera, pencahayaan, editing, musik, dan suara
- c. Level Ideologi : Patriarki, kapitalis, feminisme, individualise, ras, kelas, materialisme, dan sebagainya.

Konsep Hedonisme

Hedonisme muncul pada awal sejarah filsafat sekitar tahun 433 SM. Hedonisme merupakan suatu paham tentang kesenangan yang kemudian dilanjutkan seorang filsuf Yunani bernama Epikuros (341-270 SM). Menurutnya, tindakan manusia yang mencari kesenangan adalah kodrat alamiah. Meskipun demikian, hedonisme Epikuros lebih luas karena tidak hanya mencakup kesenangan badani saja seperti kaum Aristippus, melainkan kesenangan rohani juga, seperti kebebasan jiwa dari keresahan (Praja dan Damayanti, 2013)

Aspek-aspek gaya hidup hedonisme antara lain:

1. Kegiatan (Activities)

Tindakan nyata seperti banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe.

2. Minat (*Interest*)

Seperti hal dalam *fashion*, makanan, benda-benda mewah, tempat kumpul, dan selalu ingin jadi pusat perhatian.

3. Opini (*Opinion*)

Adalah jawaban lisan atau tertulis yang diberikan sebagai respon terhadap situasi stimulus dimana semacam pertanyaan diajukan. Opini digunakan untuk mendeskripsikan pemikiran, harapan, dan evaluasi dalam perilaku (Novita, 2014).

Konsep Keharmonisan Keluarga

Keharmonisan keluarga adalah idam-idaman keluarga modern terutama saat ini. Keharmonisan berarti adanya keserasian, kesepadanan, kerukunan di antara laki-laki dan perempuan dalam rumah tangga sebagai suami istri. Keharmonisan juga menyangkut kerukunan dengan anggota keluarga lain, yaitu anak-anak dan saudara-saudara (bila tinggal pada rumah yang sama). Untuk memelihara keharmonisan keluarga rumah tangga, maka suami dan istri yang sudah berumur maka selalu membangun kemesraan di antara mereka berdua (Simanjuntak, 2013).

Aspek-aspek keharmonisan keluarga menurut Gunarsa:

- a. Kasih sayang antara keluarga
- b. Saling pengertian sesama anggota keluarga
- c. Dialog atau komunikasi efektif yang terjalin di dalam keluarga
- d. Mempunyai waktu bersama dan kerjasama dalam keluarga

State of The Art

Komponen	Penelitian I	Penelitian II	Penelitian III
Nama Peneliti, Sumber (tahun)	Anang Setya Utama Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta (2012)	Imanuella Yunika Palinoan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman (2017)	Ambar Kusumaningrum Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta (2015)

Judul	Keharmonisan Pada Keluarga Muslim	Dampak Tayangan Vlog Di Youtube Terhadap Gaya Hidup Hedonis siswa SMA Kristen Sunodia	<i>Youtube Stickiness</i> (Pengaruh <i>Continuance Motivation</i> dan Perilaku Berbagi terhadap <i>Youtube Stickiness</i>)
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kuantitatif
Hasil Penelitian	Hasil penelitiannya adalah upaya-upaya yang ditempuh yaitu dengan cara meningkatkan kualitas komunikasi, memberi pujian, memanfaatkan waktu bersama keluarga, saling mencintai karena Allah dengan menambah pengetahuan tentang agama Islam.	Hasil penelitiannya adalah bahwa dampak tayangan Vlog di Youtube terhadap gaya hidup hedonis siswa dan siswi sma Kristen Sunodia dapat dilihat dari dampak yang dihasilkan yaitu aspek minat, aktivitas dan opini.	Hasil penelitiannya adalah bahwa untuk menunjukkan Youtube stickiness atau kesediaan pengguna menghabiskan lebih banyak waktu di Youtube maka perlu meningkatkan perilaku berbagi.

Pada penelitian I dengan menggunakan metode kualitatif menjelaskan keharmonisan pada keluarga muslim, metode yang digunakan sama dengan penelitian ini namun subjek penelitian hanya mengenai keharmonisan keluarga tanpa memberikan dampak atau pengaruh dari subjek lain seperti pada penelitian ini. Akan tetapi ada persamaan mengenai faktor-faktor yang mendukung keluarga seperti hubungan yang baik terhadap keluarga, lingkungan agamis, memahami perbedaan, mengingatkan tugas-tugas dan merawat anak.

Pada penelitian II dengan menggunakan metode kualitatif menjelaskan dampak tayangan vlog di Youtube terhadap gaya hidup hedonis siswa SMA Kristen Sunodia, metode yang digunakan sama dengan penelitian II dan penelitian ini termasuk mengenai objek penelitian yaitu mengenai dampak tayangan vlog di Youtube terhadap gaya hidup hedonis, namun perbedaannya pada penelitian ini hasilnya akan dikaji dengan menggunakan nilai-nilai Islam.

Pada penelitian III dengan menggunakan metode kuantitatif menjelaskan pengaruh *continuance motivation* dan perilaku berbagi terhadap *Youtube Stickiness*, metode yang digunakan tidak sama dengan penelitian III dan penelitian ini. Namun ada persamaan yaitu pada objek yakni yang membahas mengenai pengaruh dan dampak media online Youtube.

2. METODE

Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah pengamatan teks, simbol dan gambar dalam konten video akun Rans Entertainment di media online.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotika dari John Fiske yang terdiri dari 3 pendekatan yaitu Realitas, Representasi dan Ideologi.. Namun yang akan digunakan dalam penelitian ini hanya 2 level yaitu realitas dan representasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Level Realitas ekspresi



Gambar 4.3 Adegan Raffi bersemangat saat memberi kejutan mobil mewah pada Nagita dan Rafathar

Gambar tersebut menunjukkan bahwa Raffi tampak bahagia dengan apa yang ia lakukan. Ia memberikan kejutan pada Nagita sebuah mobil mewah yang baru saja sampai di rumahnya. Raffi mengekspresikan bahwa mendapatkan mobil mewah adalah suatu kebahagiaan. Ia mengizinkan Nagita untuk mengemudikannya. Artinya bahwa Raffi ingin membahagiakan istrinya dengan memberikannya sebuah mobil mewah.

Level Realitas Gaya bicara

Raffi : “Nah yang satunya lagi mobil Ranger Rover inget nggak Guys? Jadi tahun ini gue udah 2 mobil gue jual”.

Raffi : “Gue kalo jual mobil ck aargh mau rugi berapa aja nggak masalah. Karena gue nggak pernah berpikir mobil itu adalah investasi tapi mobil itu adalah hobi dan pricetice”.

Dari dialog di atas menunjukkan bahwa Raffi mempunyai beberapa mobil mewah yang bahkan sudah terjual 2 mobil pada satu tahun terakhir. Ia mengatakan bahwa tidak menjadi masalah jika mendapatkan kerugian saat menjual mobil karena ia tidak pernah bahwa mobil adalah investasi akan tetapi mobil adalah hobi dan pricetice. Bahkan ia akan membelikan sebuah mobil mewah yang kedua kalinya untuk mama tercinta. Dapat dilihat bahwa keluarga Raffi sudah terbiasa bepergian dengan mobil mewah. Kemewahan sebuah mobil dapat dilihat dari merek dan sebagai artis yang telah sukses Raffi mempunyai mobil-mobil mewah tersebut.

Level Representasi Kategori Kamera



Gambar 4.5 Adegan Nagita tampak bahagia saat mengetahui bahwa Raffi membelikan sebuah mobil mewah dengan teknik medium shot

Pada adegan di atas menggunakan teknik medium shot yang membantu menunjukkan ekspresi dan gesture Nagita, seperti ekspresi Nagita yang senang saat mencoba masuk ke dalam mobil barunya yang mewah. Ia memperlihatkan deretan giginya yang menunjukkan bahagia mendapatkan hadiah dari suaminya. Teknik pengambilan gambar ini ingin menunjukkan adegan dari Nagita sehingga diambil dari atas kepala sampai dada dengan latar belakang sebagian dalam mobil yang baru.

Level Realitas Kategori Pencahayaan



Gambar 4.7 Adegan ketika mobil mewah yang ditumpangi Nagita berjalan menuju pusat perbelanjaan

Gambar tersebut menggunakan teknik front light yaitu cahaya dari arah depan dengan dibantu oleh cahaya matahari. Pengambilan gambar dengan cahaya yang memfokuskan objek yang memperlihatkan mobil mewah yang ditumpangi Nagita berjalan menuju sebuah pusat perbelanjaan. Pengambilan dengan teknik ini pada gambar tersebut juga ingin memperlihatkan mobil mewah seluruhnya yang ditumpangi Nagita.

Dalam agama Islam, manusia di ajarkan untuk memiliki prinsip kesederhanaan dalam hidup. Kesederhanaan merupakan konsep utama yang paling dasar dalam Islam. Islam menolak tegas sikap hidup materialisme, hedonisme, dan konsumerisme dalam bentuk larangan sifat boros di satu sisi dan kikir di sisi lainnya. Larangan bersifat boros terlihat jelas pada Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31 yang artinya: *“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”* (Aravik, 2017:190).

Selain itu, Islam juga memperhatikan masalah keharmonisan dalam keluarga. Islam memberikan berbagai anjuran dan perintah dalam menjaga kelanggengan dan keharmonisan rumah tangga, diantaranya adalah agar selalu berupaya memahami keadaan masing-masing, welas asih, bersikap positif, ketekunan, dan meluangkan waktu kebersamaan. Keluarga yang harmonis dalam Islam adalah keluarga yang sakinah, mawaddah, dan warahmah (Sholikhin, 2010).

4. KESIMPULAN

- Keluarga Raffi Ahmad merupakan representasi hedonisme dengan penggambaran mengoleksi mobil mewah, membeli barang-barang bermerek, dan belanja yang berlebihan di pusat perbelanjaan.
- Keluarga Raffi Ahmad dalam Rans Entertainment merupakan representasi keharmonisan keluarga dengan penggambaran sering meluangkan waktu bersama dan berkomunikasi dengan baik antar keluarga.
- Video dalam Rans Entertainment yang menunjukkan hedonisme tidak sesuai dengan ajaran agama Islam karena Allah SWT memerintah hambaNya untuk hidup sederhana.

- Video keluarga Raffi Ahmad yang menunjukkan keharmonisan keluarga yang dikaji dengan nilai-nilai Islam telah sesuai dengan ajaran agama Islam. Karena dalam agama Islam Allah memerintahkan hambanya untuk menjadikan suatu hubungan keluarga yang sakinah, mawadaah, warahmah.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Aravik, Havis. 2017. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Budianto, Heri. 2019. *Kontestasi Politik dalam Ruang Media*. Jakarta: Prenada.
- Cahyono, Suharjo. 2018. *Refleksi dan Transformasi diri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Darmawan, Januar. 2013. *Profit and Beyond*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fiske, John. 2011. *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Malik, Kendall. 2016. *Kapita Selekta Desain*. Kota Padang Panjang: LPPMPP ISI Padangpanjang.
- Moleong, Lexy. 2016. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan riset media siber*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Setyosari, Punaji. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Sholikhin, Muhammad. 2010. *Ritual dan Tradisi Islam Jawa*. Yogyakarta: Narasi.
- Simanjuntak, Antonius. 2013. *Harmonious Family*. Jakarta: Yayasan pustaka obor Indonesia.
- Suwendra, Wayan. 2018. *Mengintip Sarang Iblis Moral*. Bali: Nilacakra.
- Triyono, Urip. 2019. *Kepemimpinan Transformasional Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahyuningsih, Sri. 2019. *Film dan Dakwah*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Sumber Skripsi :

- Wulandari, Mayang. 2016. *Representasi Peran New Media Dalam Membangun Reputasi Pada Film Chef*. Semarang : Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.

Sumber Jurnal :

- Pertiwi, Tiara Ainun. 2018. *Gaya hidup Hedonis Pada Penerima Beasiswa Bidikmisi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik*. Palu: Kinesik Vol 5 No 2.

Trimartati, Novia. 2014. Vol 3 No 1. *Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan*. Gunung Kidul:Psikopedagogia.

Sumber Internet :

<https://m.republika.co.id/berita/trendtek/aplikasi/18/10/05/pg3sjn284-penonton-youtube-indonesia-punya-dua-karakteristik-unik>

<https://tirto.id/konten-paling-populer-di-youtube-indonesia-vlog-keluarga-edwU>

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Youtube>

<https://amp.kompas.com/tekno/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>