

**RESPON EMOSIONAL AUDIENS GEN Z PENGGUNA
TIKTOK DALAM LAGU *VITAMIN U* KARYA PAUL
PARTOHAP: ANALISIS KUALITATIF DENGAN
PENDEKATAN *USES AND GRATIFICATIONS* DAN
KOMUNIKASI EMOSIONAL**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya,
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom.)

Oleh:

Cinta Kasih Putri Andini
NIM. 04010522011



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cinta Kasih Putri Andini

NIM : 04010522011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Respon Emosional Audiens Gen Z Pengguna Tiktok dalam Lagu Vitamin U Karya Paul Partohap: Analisis kualitatif dengan pendekatan *Uses and Gratification* dan Komunikasi Emosional** adalah benar merupakan karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut, diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 24, 12 2025

Yang membuat pernyataan



Cinta Kasih Putri Andini
NIM. 04010522011

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Cinta Kasih Putri Andini
NIM : 04010522011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Respon Emosional Audiens Gen Z Pengguna TikTok dalam Lagu *Vitamin U* Karya Paul Partohap: Analisis Kualitatif dengan Pendekatan *Uses and Gratifications* dan Komunikasi Emosional.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 18 Desember 2025

Menyetujui
Pembimbing



Dr. Abu Amar Bustomi, M.Si

NIP. 197102042005011004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Respon Emosional Audiens Gen Z Pengguna TikTok dalam Lagu *Vitamin U* Karya Paul Partohap: Analisis Kualitatif dengan Pendekatan *Uses and Gratifications* dan Komunikasi Emosional.

Disusun Oleh
Cinta Kasih Putri Andini
04010522011

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu Pada Tanggal 24 Desember 2025
Tim Penguji

Penguji I



Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP:197102042005011004

Penguji II



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP:196004121994031001

Penguji III



Adyan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si
NIP:19831118200911006

Penguji IV



Dr. Imam Maksum, S.Ag
NIP:
197306202006041001

29 Desember 2025

dekan



Dr. Moch. Cholidi Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP: 197001011998031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60137 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uin-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Cinta Kasih Putri Andini
NIM : 04010523011
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
E-mail address : cintakasih20@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Ekshusif atas karya ilmiah :
 Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul:

Respon Emosional Audiens Gen Z Pengguna TikTok dalam Lagu *Fansin O' Karya Paul*
Pendahuluan: Analisis Kualitatif dengan Pendekatan *Uses and Gratifications* dan Komunikasi

Emosional.

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekshusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta data karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Januari 2025

Penulis

(Cinta Kasih Putri Andini)

ABSTRAK

Cinta Kasih Putri Andini. NIM, 04010522011, 2025. Respon Emosional Audiens Gen Z Pengguna TikTok dalam Lagu *Vitamin U* Karya Paul Partohap: Analisis Kualitatif dengan Pendekatan *Uses and Gratifications* dan Komunikasi Emosional.

Penelitian ini mengkaji bagaimana audiens Generasi Z pengguna TikTok merespons secara emosional lagu *Vitamin U* karya Paul Partohap, serta kebutuhan emosional apa saja yang terpenuhi melalui pengalaman mendengarkan lagu tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan dua belas informan Generasi Z berusia 18-25 tahun, komentar audiens Tiktok dan Instagram, serta studi literatur. Analisis data dilakukan dengan analisis tematik dan diuji melalui triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lagu *Vitamin U* memunculkan respon emosional positif, seperti perasaan Bahagia, tenang, nyaman, serta rasa dicintai dan dihargai. Lagu ini juga dimanfaatkan sebagai *mood booster* dan sarana regulasi emosi dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, lagu *Vitamin U* memenuhi kebutuhan emosional Generasi Z, mulai dari relaksasi, pengaturan suasana hati, kebutuhan afeksi, hingga ekspresi diri, baik secara personal maupun melalui platform digital. Dalam perspektif *Uses and Gratifications*, audiens secara aktif memilih lagu ini untuk memenuhi kebutuhan emosional dan psikologis mereka. Sementara itu, melalui pendekatan komunikasi emosional, lagu *Vitamin U* dipahami sebagai medium yang membangun kedekatan dan resonansi emosional antara musisi dan pendengarnya. Penelitian ini menegaskan bahwa musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi emosional bermakna di era digital.

Kata Kunci: Respon Emosional, Generasi Z, TikTok, Musik, *Uses and Gratifications*, Komunikasi Emosional.

ABSTRACT

Cinta Kasih Putri Andini, NIM. 04010522011, 2025. *Emotional Responses of Generation Z TikTok Audiences to the Song Vitamin U by Paul Partohap: A Qualitative Analysis Using the Uses and Gratifications and Emotional Communication Approaches.*

This study examines how Generation Z audiences who use TikTok emotionally respond to the song Vitamin U by Paul Partohap, as well as the emotional needs fulfilled through the listening experience. The research employs a qualitative approach with a phenomenological method. Data were obtained through in-depth interviews with twelve Generation Z participants aged 18 - 25, audience comments on TikTok and Instagram, and a literature review. Data analysis was conducted using thematic analysis and validated through source triangulation.

The findings indicate that Vitamin U evokes positive emotional responses, such as feelings of happiness, calmness, comfort, and a sense of being loved and appreciated. The song is also utilized as a mood booster and a means of emotional regulation in everyday life. Furthermore, Vitamin U fulfills various emotional needs of Generation Z, including relaxation, mood regulation, emotional affection, and self-expression, both personally and through digital platforms. From the Uses and Gratifications perspective, audiences actively choose this song to satisfy their emotional and psychological needs. Meanwhile, through the emotional communication approach, Vitamin U is understood as a medium that builds emotional closeness and resonance between the musician and listeners. This study confirms that music functions not only as entertainment but also as a meaningful medium of emotional communication in the digital era.

Keywords: *Emotional Response, Generation Z, TikTok, Music, Uses and Gratifications, Emotional Communication.*

ABSTRAK ARAB

كاسيه بوتري أنديني رقم القيد 04010522011، 2025. الاستجابات تشيننا العاطفية للفنان بول *Vitamin U* من مستخدم تطبيق تيك توك تجاه أغنية Z لجمهور الجيل بارتوهاب: دراسة نوعية باستخدام مدخلي نظرية الاستخدامات والإشباعات والاتصال العاطفي.

من مستخدم تطبيق تيك توك Z تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية استجابة جمهور الجيل للفنان بول بارتوهاب، إضافة إلى تحديد الاحتياجات العاطفية *Vitamin U* عاطفياً لأغنية التي تتحقق من خلال تجربة الاستماع إلى هذه الأغنية. اعتمدت الدراسة المنهج النوعي باستخدام المنهج الظاهراتي (الفينومينولوجي). تم جمع البيانات من خلال مقابلات متعمقة تتراوح أعمارهم بين 18 و25 عامًا، إلى جانب توثيق Z مع اثني عشر مشاركًا من الجيل تعليقات الجمهور على منصتي تيك توك وإنستغرام، فضلاً عن الدراسة المكتبية. وتم تحليل البيانات باستخدام التحليل الموضوعي مع التحقق من مصداقيتها عبر التثليث.

تثير استجابات عاطفية إيجابية، مثل الشعور *Vitamin U* أظهرت نتائج الدراسة أن أغنية بالسعادة والهدوء والراحة، إضافة إلى الإحساس بالمحبة والتقدير. كما تُستخدم الأغنية كوسيلة لتحسين المزاج وتنظيم العواطف في الحياة اليومية. وتبين كذلك أن الأغنية تلي تشمل الاسترخاء، وتنظيم الحالة المزاجية، والحاجة، Z احتياجات عاطفية متعددة لدى الجيل إلى العاطفة، والتعبير عن الذات، سواء على المستوى الشخصي أو عبر المنصات الرقمية ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات، يلعب الجمهور دوراً نشطاً في اختيار هذه الأغنية *Vitamin U* لتلبية احتياجاتهم النفسية والعاطفية. ومن منظور الاتصال العاطفي، تُعد أغنية وسيلة لبناء التقارب والصدى العاطفي بين الفنان وجمهوره. وتؤكد هذه الدراسة أن الموسيقى لا تقتصر على كونها وسيلة ترفيهية، بل تمثل أيضاً وسيلة اتصال عاطفي ذات معنى في العصر الرقمي.

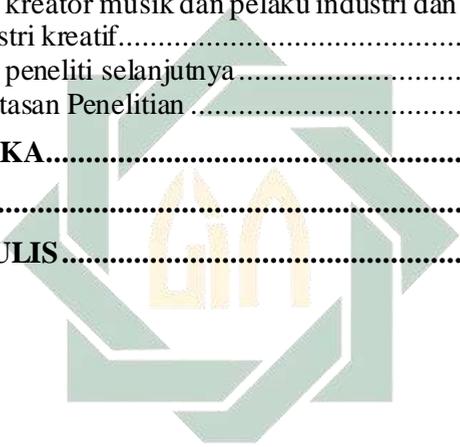
تيك توك، الموسيقى، نظرية الاستخدامات، Z الكلمات المفتاحية: الاستجابة العاطفية، الجيل والإشباعات، الاتصال العاطفي.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	2
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISL.....	x
DAFTAR TRANSLITERASI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
1. Manfaat Teoritis.....	5
2. Manfaat Praktis.....	5
E. Definisi Konsep.....	6
1. Respon Emosional.....	6
2. Audiens Gen Z Pengguna Tiktok.....	7
3. Lagu <i>Vitamin U</i> Karya Paul Partohap.....	9
4. Uses and Gratifications (U&G).....	10
5. Komunikasi Emosional.....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	15
A. Kajian Perspektif Teoritik.....	15
1. Uses and Gratifications (U&G).....	15
2. Komunikasi Emosional.....	17

3. Fenomenologi Audiens Digital dalam Perspektif <i>Uses and Gratifications</i>	19
4. Musik sebagai Pesan Simbolik dalam Komunikasi Emosional.....	20
5. Media Digital dan TikTok sebagai Ruang Produksi dan Sirkulasi Emosi.....	22
6. Keterhubungan Teori <i>Uses & Gratifications</i> dan Komunikasi Emosional.....	23
B. Kerangka Berfikir	25
C. Kajian Perspektif Dakwah Islam	25
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Subjek Penelitian	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Jenis dan Sumber Data	37
1. Data Primer.....	37
2. Data Sekunder.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	38
G. Teknik Validitas Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	40
B. Penyajian Data.....	46
1. Bentuk Respon Emosional Generasi Z.....	46
2. Bentuk Ekspresi Emosional di Platform Digital.....	49
3. Kebutuhan Emosional yang Terpenuhi.....	52
C. Analisis Data	54
1. Analisis Respon Emosional Audiens dalam Perspektif Teori <i>Uses and Gratifications</i>	54
2. Lagu sebagai Pesan Simbolik dalam Komunikasi Emosional.....	56

3. TikTok sebagai Ruang Sirkulasi Emosi.....	56
4. Audiens sebagai Komunikator dan Penerima Pesan .	57
D. Kajian Perspektif Dakwah Islam	58
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Rekomendasi.....	63
1. Bagi audiens Genereasi Z.....	63
2. Bagi kreator musik dan pelaku industri dan pelaku industri kreatif.....	63
3. Bagi peneliti selanjutnya	63
C. Keterbatasan Penelitian	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	72
BIOGRAFI PENULIS	108



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Juslin, P. N., & Sloboda, J. A. (2010). *Handbook of Music and Emotion*. Oxford University Press.

Bustomi, "The Relationship Between Islamic Law and Positive Law of Indonesia and Recht Customs," *Legis Cita: Jurnal Hukum*, Vol. 2, No. 1 (2024): 91–101.

North, A. C., & Hargreaves, D. J. (2008). *The Social and Applied Psychology of Music*. Oxford University Press

Seemiller, C., & Grace, M. (2019). *Generation Z: A Century in the Making*. Routledge.

Spotify Wrapped Southeast Asia Report 2023.

Bennett, A. (2020). Music, emotion and social identity in the digital age. *Popular Music*, 39(1), 1–15

Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523

Silveira, A., Khanna, K., & Kataria, P. (2025). A Uses and Gratifications Approach to Examining Lo-Fi Music Genre Popularity among Indian Gen Z. *Music Perception*, 42(5), 505–522

Hannan, F., & Setiawan, J. H. (2024). The Utilization of Classical Music as Media on Managing Gen Z's Mental Health. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 6(1), 30–64.

Sihombing, P., & Nasution, R. (2022). Pengaruh Musik terhadap Sistem Saraf Manusia. *Zona Psikologi*, 10(1), 45–53.

Tressler, J. (2017). The Role of Jazz Harmony in Contemporary Pop. *Music Theory Spectrum*, 39(2), 215–230

Putri, A., & Rahmawan, B. (2021). Hubungan Mendengarkan Musik Pop Jazz terhadap Kecerdasan Emosional Mahasiswa Musik. *Jurnal Seni Musik*, 10(2), 145–158

Data Spotify & YouTube per Februari 2025, hasil observasi langsung

Yoursay.id. (2024, Desember 26). Lagu Vitamin U Paul Partohap Jadi Soundtrack Variety Show Korea

Patrik N. Juslin & John Sloboda, *Handbook of Music and Emotion: Theory, Research, Applications* (Oxford: Oxford University Press, 2010), hlm. 35.

Boer, D., & Fischer, R. (2012). "Towards a holistic model of functions of music listening across cultures: A culturally decentred qualitative approach." *Psychology of Music*, 40(2), 179–200

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (2015). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.

Widodo, P. (2019). "Komunikasi Emosional dalam Media Musik: Analisis Resepsi Audiens." *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 7(2), 101–115.

Wei Liang Ng & Kuok Tiung Lee, "The Uses and Gratifications of TikTok among the Gen Z in Kota Kinabalu, Sabah," *Academic Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 8, No. 1 (2024). journal.uitm.edu.my

Ai Rida Himatul Aliah & Muhammad Nurfazri, "TikTok as a Media for Self-Existence among Gen Z in the Middle of the COVID-19 Pandemic," *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 4, No. 1 (2023). journals2.ums.ac.id

Tamara Anggely Romauli Agustina Siregar & Romi Mesra, "Eksplorasi Presentasi Diri Gen Z dalam Platform TikTok: Analisis Self-Identity Theory pada Pengguna TikTok di Siantar Selatan," *Jurnal Masyarakat Digital* (2024). naluriedukasi.com.

Frith, S. (1996). *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Oxford: Oxford University Press.

Elihu Katz, Jay Blumler, & Michael Gurevitch, "Uses and Gratifications Research," *Public Opinion Quarterly* Vol. 37, No. 4 (1974): hlm. 510.

Hermawan, B. (2020). "Motif Konsumsi Musik Digital di Kalangan Remaja: Analisis Uses and Gratifications." *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 145–158.

Brant R. Burleson & Sally Planalp, "Emotional Communication: Theoretical and Empirical Dimensions," dalam *Handbook of Communication and Emotion*, ed. Peter Andersen & Laura Guerrero (San Diego: Academic Press, 2000), hlm. 14.

Juslin, P. N., & Västfjäll, D. (2008). Emotional responses to music: The need to consider underlying mechanisms. *Behavioral and Brain Sciences*, 31(5), 559–621

Widodo, A. (2017). Komunikasi Emosional dalam Media Musik: Studi tentang Resonansi Emosional. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 115–128.

Spotify Wrapped Report. (2023). Gen Z and the Power of Music: Trends in Emotional Engagement. Spotify Research Insights.

Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (Beverly Hills: Sage Publications, 1974), hlm. 21.

Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory* (London: Sage Publications, 2010), hlm. 423.

Thomas E. Ruggiero, "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century," *Mass Communication & Society*, Vol. 3, No. 1 (2000), hlm. 3–5.

Simon Frith, *Performing Rites: On the Value of Popular Music* (Cambridge: Harvard University Press, 1996), hlm. 20

Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, dan John G. Oetzel, *Theories of Human Communication* (Long Grove: Waveland Press, 2017), hlm. 300.

Burleson, B. R. (2010). The nature of emotional support: Messages, situations, and relationships. In S. W. Smith & S. R. Wilson (Eds.), *New directions in interpersonal communication* (pp. 189–212). Thousand Oaks, CA: Sage.

Laura K. Guerrero dan Kory Floyd, *Nonverbal Communication in Close Relationships* (Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2006), hlm. 12.

Zizi Papacharissi, *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics* (Oxford: Oxford University Press, 2015), hlm. 6.

Alfred Schutz, *The Phenomenology of the Social World* (Evanston: Northwestern University Press, 1967), hlm. 58.

Max van Manen, *Researching Lived Experience* (London: Routledge, 1990), hlm. 9.

Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, dan John G. Oetzel, *Theories of Human Communication*, hlm. 299.

Morissan. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana, edisi revisi, 2021.

Bungin, Burhan. *Komunikasi Budaya dan Media Digital*. Jakarta: Prenada Media Group, 2020.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, cetakan terbaru, 2022.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022.

Bungin, Burhan. *Komunikasi Digital dan Masyarakat Virtual*. Jakarta: Prenada Media Group, 2021.

Prasetyo, Bambang D. "Media Sosial dan Ekspresi Emosi Generasi Z." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 19 No. 2, 2023.

Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (Beverly Hills: Sage, 1974), hlm. 19–32.

Burleson, B. R. (2010). The nature of emotional support: Messages, situations, and relationships. In S. W. Smith & S. R. Wilson (Eds.), *New directions in interpersonal communication* (pp. 189–212). Thousand Oaks, CA: Sage.

Al-Syātibī, Abū Ishāq. *Al-Muwāfaqāt fī Uṣūl al-Sharīah*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, hlm. 8–10.

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur’an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019 (Q.S. Ar-Ra’d [13]: 28).

Muslim bin al-Ḥajjāj. *Ṣaḥīḥ Muslim*, Kitab al-Qadar, Bab al-Amr bi al-Quwwah wa Tark al-‘Ajz. Beirut: Dār Iḥyā’ al-Turāth al-‘Arabī, tanpa tahun.

Yusuf al-Qaradawi, *Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1994), hlm. 305.

Ellfira, S. (2015). *Hubungan karakter musik klasik dan pop-jazz dengan kecerdasan emosi (EQ) mahasiswa jurusan musik Institut Seni Indonesia Yogyakarta*. *Jurnal Saraswati: Jurnal Ilmu Seni*, 13(1), 23–34

Izza, A., & Natalia, R. (2025). Peran musik untuk mengatasi stres dan krisis mental Gen Z di era digital. *Antomusik: Jurnal Seni Musik*, 14(1), 45–57

Izza, A., & Natalia, R. (2025). Peran musik untuk mengatasi stres dan krisis mental Gen Z di era digital. *Antomusik: Jurnal Seni Musik*, 14(1), 45–57.

Tandafatu, F., Rares, R., & Sumampouw, J. (2025). Faktor dan dampak psiko-emosional musik jazz bagi remaja. *Jurnal Citra Psikologi*, 7(2), 112–123.

Krause, A. E., Dimmock, J., Rebar, A. L., & Jackson, B. (2021). Music listening predicted improved life satisfaction in university students during early stages of the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychology*, 12, 647837. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.647837>

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Los Angeles: SAGE Publications

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

North, A. C., & Hargreaves, D. J. (2008). *The Social and Applied Psychology of Music*. Oxford: Oxford University Press.

Creswell, John W. & Poth, Cheryl N. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018.

Smith, Jonathan A., Flowers, Paul & Larkin, Michael. *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. London: SAGE, 2022.

Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media, 2020.

Moustakas, Clark. *Phenomenological Research Methods*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1994.

Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo, 2020.

STIE Pasim Sukabumi, “Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review,” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik* 1, no. 2 (2022): 99

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 133

Iwan Hermawan & Maman Abdurrahman, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019)

Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*

Winda Ardela & Siti Maryam, "Analisis Tematik sebagai Metode Kualitatif dalam Penelitian Sosial," *Jurnal Penelitian Komunikasi* 23, no. 1 (2021): 25.

Sugeng Haryanto, "Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif," *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan* 21, no. 2 (2017): 180

Wawancara dengan informan Gaby Safra Senin, 17 November 2025

Wawancara dengan informan Alfin Husna Minggu, 09 November 2025

Wawancara dengan informan Dyah Ayu Selasa, 11 November 2025

Wawancara dengan informan Shobran Naufal Selasa, 02 November 2025

Wawancara dengan informan Kak Ayaa Selasa, 28 Oktober 2025

Wawancara dengan informan Gaby Safira Senin, 17 November 2025

Wawancara dengan informan Alfin Husna Minggu, 09 November 2025

Wawancara dengan informan Dyah Ayu Selasa, 11 November 2025

Wawancara dengan informan Sabina Amelia, 11 November 2025

Wawancara dengan informan Reska Hanifah, 10 November 2025

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Q.S. Al-Furqan [25]: 63.

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Q.S. Al-Furqan [25]: 72.

Al-Syātibī, Abū Ishāq. *Al-Muwāfaqāt fī Uṣūl al-Sharī'ah*. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, hlm. 8–10.

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019 (Q.S. Ar-Ra'd [13]: 28).

Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Q.S. Al-Furqan [25]: 73.

Yusuf al-Qaradawi, Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam (Kairo: Maktabah Wahbah, 1994), hlm. 305.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A