

ANALISIS KONTEN ASMR PADA PLATFORM YOUTUBE DI KALANGAN REMAJA

Indana Zulfa Oktavia¹, Agus Juhana²

^{1,2}Pendidikan Multimedia, Universitas Pendidikan Indonesia

Article Info

Article history:

Received November 12, 2023

Revised December 5, 2023

Accepted December 7, 2023

Kata Kunci:

ASMR;

Konten;

Youtube;

Remaja.

Keywords:

ASMR;

Content;

Youtube;

Teenager.

ABSTRAK

Sebuah konten ASMR (*Autonomous Sensory Meridian Response*) menarik bagi sebagian besar remaja yang menonton. Konten ASMR merupakan sesuatu yang bisa menjadi populer akibat dari sensasi yang dirasakan oleh penontonnya setelah menonton video tersebut karena adanya ikatan emosional serta besar pengaruhnya terhadap perkembangan konten. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui daya tarik remaja menonton konten video ASMR dan alasan ketertarikan serta sensasi yang dirasakan. Metode yang digunakan yaitu dengan metode studi *literature* (SLR) dengan mengkaji beberapa jurnal nasional dan internasional. Selain itu metode yang digunakan adalah analisis data dengan pendekatan kualitatif. Data dan sampel dari penelitian ini yaitu wawancara sepuluh mahasiswa serta beberapa ulasan komentar video ASMR di youtube. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa konten ASMR menjadi daya tarik tersendiri khususnya bagi remaja khususnya mahasiswa dan beberapa orang yang memberikan ulasannya di youtube. Konten ASMR yang mereka sukai berbeda-beda jenisnya sebagian besar menyukai konten ASMR Slime dan juga ASMR Mukbang. *Satisfying* dan *rilex*, mengunggah selera, warna makanannya unik, serta suara yang dihasilkan menjadi alasan ketertarikan mereka dalam menyukai konten ASMR. Sehingga sensasi yang dirasakan mereka yaitu *rilex*, tenang, puas, mengantuk, kecanduan, serta tergiur. Sensasi yang mereka rasakan tergantung jenis konten ASMR yang mereka tonton.

ABSTRACT

An ASMR (*Autonomous Sensory Meridian Response*) content appeals to most of the teenagers who watch it. ASMR content is something that can become popular due to the sensation felt by the audience after watching the video because of the emotional connection and large influence it has on the development of the content. This research was conducted to determine the attractiveness of teenagers watching ASMR video content and the reasons for their interest and sensations. The method used is the literature study method (SLR) by reviewing several national and international journals. Apart from that, the method used is data analysis with a qualitative approach. The data and samples from this research are interviews with ten students as well as several reviews of ASMR video comments on YouTube. The results of the research show that ASMR content is of particular interest, especially for teenagers, especially students and several people who provide reviews on YouTube. The ASMR content they like is of different types, most of them like ASMR Slime and ASMR Mukbang content. *Satisfying* and

relaxing, uploading their tastes, the unique color of the food, and the sounds produced are the reasons for their interest in liking ASMR content. So the sensations they feel are relaxed, calm, satisfied, sleepy, addicted, and tempted. The sensation they feel depends on the type of ASMR content they watch.

Corresponding Author:

Indana Zulfa Oktavia,

Pendidikan Multimedia,

Universitas Pendidikan Indonesia,

Jl. Pendidikan No.15, Cibiru Wetan, Kec. Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40625

Email: indanazulfaoktavia@upi.edu

1. PENDAHULUAN

Pada era modern, sebagian besar kehidupan nampaknya tidak dapat terlepas dari sebuah konten di media sosial. Banyak pengguna media sosial yang berperan aktif dalam sebuah konten diantaranya sebagai pembuat dan juga penonton. Konten yang lebih kreatif dan interaktif akan mendorong penonton untuk menjadi selektif dalam memilih tontonannya (Qiao & Griffin, 2016). Untuk membuat sebuah konten agar terlihat lebih menarik, pembuat konten memiliki peran penting didalamnya. Pembuat konten yang profesional memiliki tujuan mendamaikan hal yang bertentangan dengan audiens, platforms, dan sponsor mereka (Hoose & Rosenbohm, 2023).

Tidak sedikit konten dibuat untuk pemasaran. Strategi yang digunakan dalam pemasaran konten yaitu dengan suatu pembaruan yang harus kreatif agar engagement tidak turun (Ashley & Tuten, 2015). Hal ini sangat bermanfaat bagi pembuat konten dalam bersaing di dunia industri. Motivasi Intrinsik seperti kenikmatan dan sosial lebih menjadi pendorong utama dalam pembuatan konten video yang lebih komersial dan professional, dibanding dengan motivasi ekstrinsik seperti prestasi (Törhönen et al., 2020). Namun di sisi lain, minat pengguna dalam membuat konten konstruktif seperti konten edukatif untuk belajar dan menambah pengetahuan lebih besar jika dibandingkan dengan konten kekerasan, humor, dan sejenisnya (García Jiménez & Montes Vozmediano, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa untuk membuat sebuah konten tidak selalu berpacu kepada jenis konten tersebut.

Video teratas di youtube dipengaruhi oleh subscribers dengan jumlah tayangan video (Tang et al., 2012). Contohnya seperti 50arik dengan durasi 2-5 menit lebih mendominasi dalam meraih traffic youtube dan cache (Li et al., n.d.). Maka kepopolaritasan video youtube dipengaruhi oleh dinamika jaringan termasuk tautan masuk dan jumlah hit serta ketenaran yang berperan penting dalam menaikkan jumlah penayangan (Khan & Vong, 2014).

Salah satu konten video yang sedang populer saat ini di youtube yaitu konten video ASMR. Banyak orang yang menyukai konten ASMR sehingga berulang-ulang kali ditonton di youtube. Untuk menciptakan sebuah konten ASMR yang menarik haruslah memberikan sensasi kepada para penontonnya, dengan mempertimbangkan fungsi perspektif visual dan audio dalam menciptakan proses interaksi yang ditampilkan atau disimulasikan agar penonton dapat membayangkan diri mereka sendiri dan bisa merasakan sensasi video tersebut (Zappavigna, 2023). Contohnya seperti konten mukbang ASMR, karena dengan kontennya dapat meningkatkan sensasi nafsu makan dan juga sebagai hiburan. Namun konten ASMR mukbang menjadi konten provokatif (Kang et al., 2020). Hal tersebut dikarenakan dengan banyaknya konsumsi makanan yang berlebihan dapat berakibat kepada kesehatan, tetapi di sisi lain konten mukbang disukai sebagian masyarakat karena dapat menambah nafsu makan. Penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan cita rasa/pengalaman makanan dan minuman menjadi sebuah solusi digital yang digunakan dalam ‘mendorong’ masyarakat untuk mengkonsumsi makanan yang sehat (Spence, 2023).

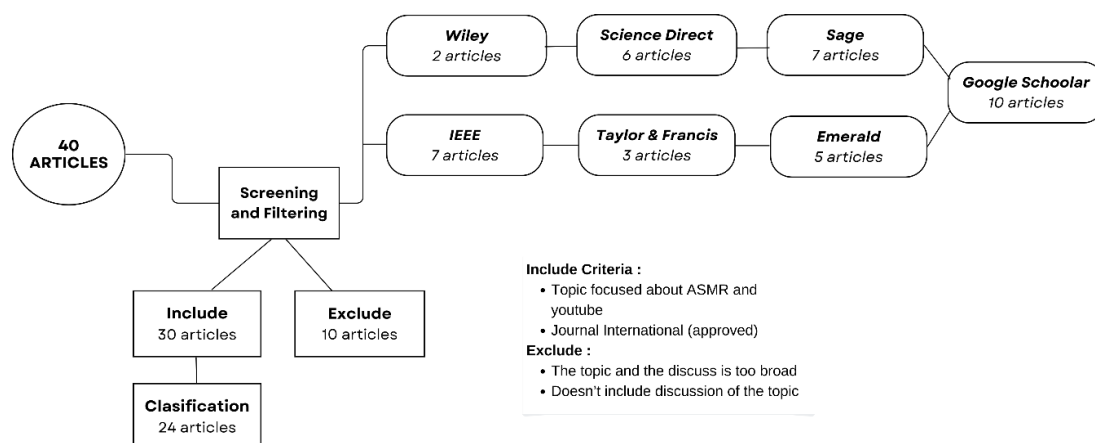
ASMR merupakan suatu perasaan yang diterima oleh tubuh seperti rasa geli ketika mendengar sesuatu yang melibatkan suara secara lebih dekat atau intim. ASMR membangkitkan perasaan yang sangat euforia, santai, dan sensasi menyenangkan yang ditumbuhkan melalui perhatian penuh (del Campo & Kehle, 2016). ASMR sendiri bisa dinikmati dari jarak jauh melalui sebuah konten yang sudah dirancang sedemikian rupa dan bagaimana youtube menciptakan hal tersebut dan bersifat publik. Namun, komunitas ASMR menolak dan menyangkal bahwa sensasi ASMR diciptakan hanya sebatas konten hiburan youtube saja. Mereka berpendapat bahwa ASMR ditimbulkan dari interaksi murni antara gelombang suara dan otak (Andersen, 2015).

Konten ASMR sebagai pengalaman afektif yang dimediasi oleh teknologi sehingga banyak orang yang menonton dan menghasilkan sensasi terhadap indera (Smith & Snider, 2019). ASMR adalah cara yang baik untuk membangun ikatan emosional tertentu yang dapat membawa kesan tenang dan santai (Chae et al., 2021). Kesejahteraan emosional meningkat seiring dengan, kami menduga, peningkatan nada parasimpatis secara keseluruhan (McGeoch & Rouw, 2020). Remaja mempunyai karakteristik sosio emosional yang mana hal itu mengakibatkan perubahan emosi dan emosional, serta hubungan interpersonal yang membuat remaja membutuhkan sesuatu yang dapat memberikan sensasi dan menumbuhkan kesenangan dengan cara mencari pengalaman baru (Nurhanifah, 2021).

Sebuah konten ASMR menarik bagi sebagian besar remaja yang menonton. Konten ASMR merupakan sesuatu yang bisa menjadi populer akibat dari sensasi yang dirasakan oleh penontonnya setelah menonton video tersebut karena adanya ikatan emosional serta besar pengaruhnya terhadap perkembangan konten. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui daya tarik menonton konten video ASMR dan alasan ketertarikan serta sensasi yang dirasakan setelah menonton konten ASMR tersebut di kalangan remaja.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kepustakaan (SLR). Metode SLR ini merupakan sebuah metode penelitian yang mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, dan menafsirkan temuan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti (Soebiartika & Rindaningsih, 2023). Dengan mengkaji serta menganalisis lebih dalam beberapa jurnal nasional maupun internasional untuk mendapatkan suatu informasi yang terdapat dalam penelitian.



Gambar 1. Metode SLR (Diagram Prisma)

Selain itu metode yang digunakan adalah analisis data dengan pendekatan kualitatif. Yaitu merupakan analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain (Noeng Muhadjir, 1998). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara kepada 10 responden yang dikategorikan remaja untuk memperoleh suatu informasi dan data berdasarkan pespektif remaja. Selain itu, peneliti juga mengkaji dari komentar dari sampel video ASMR untuk melihat perspektif penonton dari konten video tersebut di youtube.

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

- RQ1: Konten video ASMR yang bagaimana yang disukai oleh mahasiswa?
- RQ2: Bagaimana daya tarik konten ASMR di kalangan mahasiswa?
- RQ3: Bagaimana sensasi yang dirasakan mahasiswa setelah menonton konten ASMR di youtube?

Untuk menjawab pertanyaan berikut maka diperlukan analisa lebih lanjut. Disini, terdapat beberapa mahasiswa sebagai informan untuk melihat perspektifnya.

DATA dan SAMPEL

Tabel 1. Data Informan

NAMA	UMUR	UNIVERSITAS
Informan 1	19 Tahun	Universitas Pendidikan Indonesia
Informan 2	21 Tahun	Universitas Pendidikan Indonesia
Informan 3	20 Tahun	Universitas Pendidikan Indonesia
Informan 4	19 Tahun	Institut Seni Budaya Indonesia
Informan 5	22 Tahun	Politeknik Bandung
Informan 6	20 Tahun	Universitas Pendidikan Indonesia
Informan 7	19 Tahun	Universitas Pendidikan Indonesia
Informan 8	20 Tahun	Universitas Pendidikan Indonesia
Informan 9	20 Tahun	Universitas Pendidikan Indonesia
Informan 10	21 Tahun	Universitas Pendidikan Indonesia

Sumber: Hasil Wawancara, 2023.

Sampel



Gambar 2. ASMR Mukbang

Sumber: Channel Youtube “GONGSAM TABLE 이공삼”



Gambar 3. ASMR Slime

Sumber: Channel Youtube “Talisa Tossell”



Gambar 4. ASMR Soap

Sumber: Channel Youtube “ASMR SOAP YT”



Gambar 5. ASMR Blue Crystal Tape Ball
Sumber: Channel Youtube “XianYu's ASMR の切る”



Gambar 6. SPA for Sleep
Sumber: Channel Youtube “ASMR Belle”



Gambar 7. MakeUp
Sumber: Channel Youtube “Mynka ASMR”

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Konten ASMR yang Disukai

Konten ASMR merupakan sebuah konten dengan suatu bentuk sentuhan karena pengaruh suara dan visual yang menimbulkan sensasi (Gillmeister et al., 2022). Dalam proses wawancara diberikan beberapa contoh video ASMR dari youtube kepada para narasumber. Tujuannya adalah untuk mengetahui konten ASMR seperti apa yang narasumber sukai. Berikut merupakan data yang diperoleh berdasarkan narasumber.

Tabel 2. Konten ASMR yang Disukai

JENIS VIDEO ASMR	JUMLAH YANG MENYUKAI
ASMR Mukbang	3 orang
ASMR Slime	4 orang
ASMR Soap	1 orang
ASMR Blue Crystal Tape Ball	1 orang
ASMR SPA for sleep	2 orang
ASMR MakeUp	2 orang

Dari hasil wawancara bahwa setiap narasumber memiliki pilihan dan kesukaannya masing-masing. Video 'ASMR Slime' merupakan video terbanyak yang disukai oleh narasumber, disusul oleh video 'ASMR Mukbang', lalu video 'ASMR SPA for sleep' serta video 'ASMR Soap' dan 'ASMR Blue Crystal Tape Ball'. Selain dari video ASMR berdasarkan sampel yang diberikan oleh peneliti, para narasumber juga memiliki keteratikan terhadap video ASMR lain, seperti ASMR suara barang-barang, ASMR membersihkan karang gigi, serta ASMR lagu klasik (Informan 5,6 & 8; 2023). Adapun yang mengatakan bahwa video ASMR apa saja yang lewat *timeline* (Informan 10, 2023). Konten ASMR disukai oleh masing-masing narasumber dengan jenis yang berbeda-beda. Hal tersebut dipengaruhi oleh ketertarikan atau karakteristik dari masing-masing narasumber.

Hasil Penelitian Alasan Ketertarikan

Selanjutnya, peneliti meninjau motif atau alasan dari para narasumber memilih video konten ASMR seperti pada tabel 2. Hal ini untuk mengetahui daya tarik dari para narasumber. Berikut beberapa pernyataan dari para narasumber hasil wawancara:

"Karena video ASMR bisa membuat pikiran lebih rilex dan tenang serta bisa membantu agar lebih mengantuk" (Informan 1, 2023).

"Karena saya suka slime (Informan 6, 2023) dan slime suaranya enak dan tentunya berbeda dengan suara ASMR yang karena punya suara masing masing yang unik" (Informan 8, 2023).

"Karena saya hobi kuliner makanan (Informan 5, 2023), warna makanannya unik sehingga saya menyukainya (Informan 7, 2023) serta konten ASMR mukbang dapat menggugah selera makan" (Informan 4, 2023).

"Karena satisfying melihat video ASMR" (Informan 2,3,8, & 10; 2023).

Dari hasil wawancara dengan kesepuluh narasumber, alasan ketertarikan mereka terhadap video ASMR hampir sama yaitu karena video ASMR itu *satisfying* dan tergantung dari jenis video ASMR nya juga. ASMR dikaitkan bagaimana individu secara fisik mengalami peristiwa sensorik (Keizer et al., 2020).

Hasil Penelitian Sensasi yang Dirasakan

Dalam indera penglihatan manusia terbentuk hal yang saling berkaitan yaitu kognitif, persepsi, dan sensasi (Shema, 2018). Sensasi yaitu rasa yang didapatkan jika mendapat perlakuan. Setelah mengetahui alasan maka terdapat akibat dari motif yaitu berupa sensasi yang dirasakan narasumber. Berikut beberapa pernyataan dari para narasumber berdasarkan hasil wawancara:

"Jadi ingin merasa menikmatinya juga dan mendadak lapar, karena makanannya sangat menarik dan cara makannya itu menggugah selera saya pribadi" (Informan 7, 2023).

"Karena saya hobi makan, jadinya suka aja asmr mukbang dan jadi lebih suka review. Dan itu hal yang menyenangkan" (Informan 5, 2023).

"Membuat pikiran lebih rilex dan bisa membantu agar lebih mengantuk" (Informan 1, 2023).

"Merasa senang dan juga puas" (Informan 3 & 9, 2023).

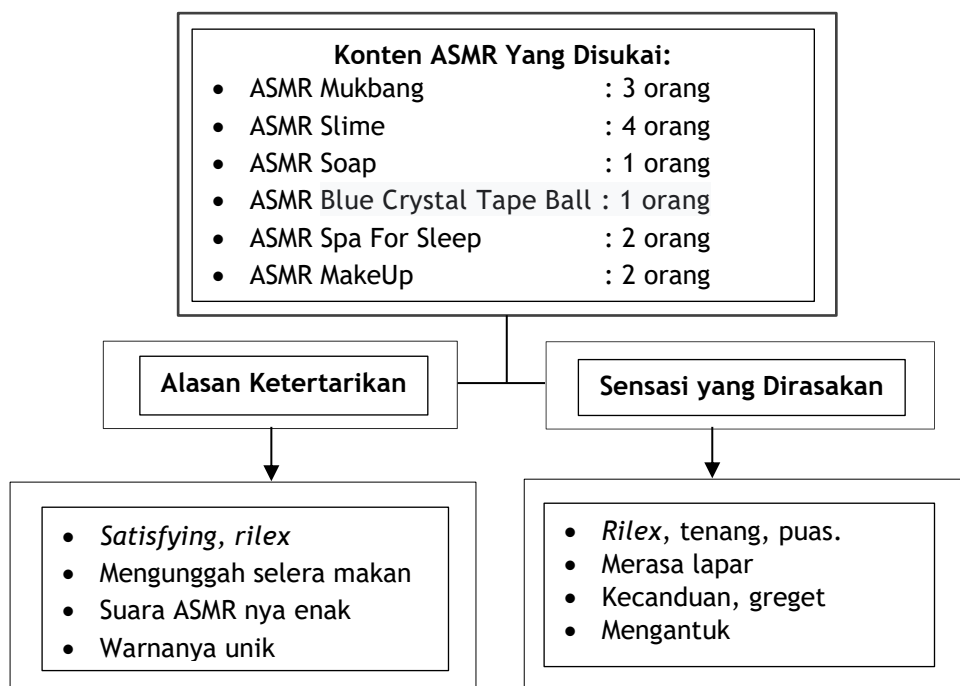
"Dapat kepuasan tersendiri, rilex dan juga satisfying" (Informan 2 & 10, 2023).

"Bisa membuat saya kecanduan untuk menontonnya, karena ada sensasi greget ketika melihat slime dimainkan" (Informan 6, 2023).

"Seru dan juga menggiurkan" (Informan 4 & 8, 2023).

Dari hasil wawancara dengan para narasumber, diperoleh kesimpulan bahwa sensasi yang dirasakan oleh mereka setelah menonton video ASMR yang diberikan yaitu merasa *rilex*, senang, dan puas. ASMR adalah cara yang baik untuk membangun ikatan emosional tertentu yang dapat membawa kesan tenang dan santai (Chae et al., 2021). Selain itu, sensasi yang lain dapat menggunggah selera makan berdasarkan konten ASMR mukbang.

Untuk memperoleh suatu kesimpulan dari hasil wawancara, maka dibuatlah diagram seperti dibawah ini.



Bagan Hasil Wawancara

Sumber: Hasil Wawancara, 2023

Hasil Penelitian Berdasarkan Komentar Youtube

Untuk melihat perspektif lain pada tahap ini peneliti ingin mengkaji beberapa komentar yang dilontarkan oleh para 'netizen' di youtube untuk mengetahui daya tarik, alasan ketertarikan ataupun sensasi yang dirasakannya. Sampel yang diambil ulasan komentarnya yaitu konten ASMR yang paling banyak disukai berdasarkan hasil wawancara. Berikut beberapa ulasan komentar dari berbagai video ASMR.

- **ASMR Mukbang**

"My favorite videos of yours, and Sulgi, are convenience store because I love to see the creativity of making the menu better than when you bought it. This was similar to convenience store but even nicer because you were outside. Thanks for such a relaxing and healing video Gongsam!", tulis @Camoman297.

"Video favorit saya, dan Sulgi, adalah toko swalayan karena saya suka melihat kreativitas membuat menu yang lebih baik daripada saat Anda membelinya. Ini mirip dengan toko swalayan tapi lebih bagus karena kamu berada di luar. Terima kasih untuk video yang menenangkan dan menyembuhkan, Gongsam!", tulis @Camoman297.

"U never fail to make me hungry keep up the good work", tulis @user-fs3wi5xc8i.

"Anda tidak pernah gagal membuat saya lapar, pertahankan kerja bagusnya", tulis @user-fs3wi5xc8i.

"Jadi kepingin deh, sumpah mau ngiler", tulis @maysun-fp1pu.

- **ASMR Slime**

“*Talisa, i really love how u put time and effort into these videos. truly the most satisfying i’ve ever heard*”, tulis @SakonjiUrokodaki.

“*Talisa, saya sangat suka bagaimana anda meluangkan waktu dan usaha untuk video-video ini. benar-benar yang paling memuaskan yang pernah saya dengar*”, tulis @SakonjiUrokodaki.

“*Thank you, I’ve been going through some really hard stuff lately and this gave me a chance to relax and calm down*”, tulis @bobmusiclabs3810.

“*Terima kasih, saya telah melalui beberapa hal yang sangat sulit akhir-akhir ini dan ini memberi saya kesempatan untuk rileks dan tenang*”, tulis @bobmusiclabs3810.

Berdasarkan komentar dari beberapa netizen yang memberikan ulasannya dapat disimpulkan bahwa konten ASMR disukai dan alasannya sebagian besar sama seperti hasil dari wawancara dengan beberapa narasumber yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan suara dan visual yang ditampilkan, dapat memberikan sensasi yang rileks dan tenang. Selain itu dengan melihat konten ASMR mukbang, sensasi yang mereka rasakan yaitu menjadi lapar dan tergiur. Soundtrack dapat mempengaruhi persepsi dan selera konsumen terhadap makanan (Swahn & Nilsen, 2023) Pembuatan suara mengunyah dapat memberikan sensasi lapar dan meningkatkan nafsu makan atau hanya sebatas hiburan dan menyegarkan mata saja (Uchiyama & Kawamoto, 2021). Masyarakat Asia cenderung menonton ASMR Mukbang karena daya tarik pembawa acara dan juga pengaruh normatif sosial (Pereira et al., 2019).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan, diperoleh kesimpulan bahwa konten ASMR merupakan konten yang sedang populer di youtube saat ini. Penggabungan audio dan juga visual yang sesuai dan seimbang, menghasilkan sebuah konten ASMR menjadi daya tarik tersendiri khususnya bagi remaja dan beberapa orang yang memberikan ulasannya di youtube. Konten ASMR yang mereka sukai berbeda-beda jenisnya sebagian besar menyukai konten ASMR Slime dan juga ASMR Mukbang. Satisfying dan rilex, mengunggah selera, warna makanannya unik, serta suara yang dihasilkan menjadi alasan ketertarikan mereka dalam menyukai konten ASMR. Sehingga sensasi yang dirasakan mereka yaitu rilex, tenang, puas, mengantuk, kecanduan, serta tergiur. Sensasi yang mereka rasakan tergantung jenis konten ASMR yang mereka tonton.

5. REFERENCES

- Andersen, J. (2015). Now You’ve Got the Shiveries: Affect, Intimacy, and the ASMR Whisper Community. *Television and New Media*, 16(8), 683-700. <https://doi.org/10.1177/1527476414556184>
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement. *Psychology and Marketing*, 32(1), 15-27. <https://doi.org/10.1002/mar.20761>
- Chae, H., Baek, M., Jang, H., & Sung, S. (2021). Storyscaping in fashion brand using commitment and nostalgia based on ASMR marketing. *Journal of Business Research*, 130, 462-472. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.004>
- del Campo, M. A., & Kehle, T. J. (2016). Autonomous sensory meridian response (ASMR) and frisson: Mindfully induced sensory phenomena that promote happiness. *International Journal of School and Educational Psychology*, 4(2), 99-105. <https://doi.org/10.1080/21683603.2016.1130582>
- García Jiménez, A., & Montes Vozmediano, M. (2020). Subject matter of videos for teens on YouTube. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 63-78. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590850>
- Gillmeister, H., Succi, A., Romei, V., & Poerio, G. L. (2022). Touching you, touching me: Higher incidence of mirror-touch synaesthesia and positive (but not negative) reactions to social touch in Autonomous Sensory Meridian Response. *Consciousness and Cognition*, 103. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2022.103380>

- Hoose, F., & Rosenbohm, S. (2023). Self-representation as platform work: Stories about working as social media content creators. *Convergence*.
<https://doi.org/10.1177/13548565231185863>
- Kang, E. K., Lee, J., Kim, K. H., & Yun, Y. H. (2020). The popularity of eating broadcast: Content analysis of “mukbang” YouTube videos, media coverage, and the health impact of “mukbang” on public. *Health Informatics Journal*, 26(3), 2237-2248.
<https://doi.org/10.1177/1460458220901360>
- Keizer, A., Chang, T. H., O’Mahony, C. J., Schaap, N. S., & Stone, K. D. (2020). Individuals Who Experience Autonomous Sensory Meridian Response Have Higher Levels of Sensory Suggestibility. *Perception*, 49(1), 113-116. <https://doi.org/10.1177/0301006619891913>
- Khan, G. F., & Vong, S. (2014). Virality over youtube: An empirical analysis. *Internet Research*, 24(5), 629-647. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2013-0085>
- Li, J., Aurelius, A., Du, M., Wang, H., Arvidsson, Å., & Kihl, M. (n.d.). *YouTube Traffic Content Analysis in the Perspective of Clip Category and Duration*.
- McGeoch, P. D., & Rouw, R. (2020). How everyday sounds can trigger strong emotions: ASMR, misophonia and the feeling of wellbeing. *BioEssays*, 42(12).
<https://doi.org/10.1002/bies.202000099>
- Nurhanifah, N. (2021). Fenomena Sensasi di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Perilaku Remaja. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 7(2), 116-124.
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i2.5013>
- Pereira, B., Sung, B., & Lee, S. (2019). I like watching other people eat: A cross-cultural analysis of the antecedents of attitudes towards Mukbang. *Australasian Marketing Journal*, 27(2), 78-90. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2019.03.001>
- Qiao, F., & Griffin, W. G. (2016). A Content Analysis of Experimental Technologies in Award-Winning Creative Strategies. *Journal of Interactive Advertising*, 16(2), 145-156.
<https://doi.org/10.1080/15252019.2016.1209447>
- Shema, C. R. (2018). Forensic Psychiatric Analysis of Juvenile Delinquency and Sexual Abuse Perspective. In *Social Issues Surrounding Harassment and Assault* (pp. 394-409). IGI Global.
<https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7036-3.ch022>
- Smith, N., & Snider, A. M. (2019). ASMR, affect and digitally-mediated intimacy. *Emotion, Space and Society*, 30, 41-48. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2018.11.002>
- Soebartika, R., & Rindaningsih, I. (2023). MAMEN (Jurnal Manajemen) Systematic Literature Review (SLR): Implementasi Sistem Kompensasi dan Penghargaan Terhadap Kinerja Guru SD Muhammadiyah Sidoarjo. 2(1), 171-185. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1630>
- Spence, C. (2023). Digitally enhancing tasting experiences. In *International Journal of Gastronomy and Food Science* (Vol. 32). AZTI-Tecnalia. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100695>
- Swahn, J., & Nilsen, A. (2023). ‘Sounds salty!’ How a soundtrack affects the liking and perception of the salty balance in bread. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100718>
- Tang, Q., Gu, B., & Whinston, A. (2012). Content contribution in social media: The case of YouTube. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 4476-4485. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2012.181>
- Törhönen, M., Sjöblom, M., Hassan, L., & Hamari, J. (2020). Fame and fortune, or just fun? A study on why people create content on video platforms. *Internet Research*, 30(1), 165-190.
<https://doi.org/10.1108/INTR-06-2018-0270>
- Uchiyama, K., & Kawamoto, K. (2021). Audio-visual model for generating eating sounds using food ASMR videos. *IEEE Access*, 9, 50106-50111. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3069267>
- Zappavigna, M. (2023). Digital intimacy and ambient embodied copresence in YouTube videos: construing visual and aural perspective in ASMR role play videos. *Visual Communication*, 22(2), 297-321. <https://doi.org/10.1177/1470357220928102>
- GONGSAM TABLE 이공삼. ASMR MUKBANG | RICE CAKE Tteokbokki, Fire Noodles, gimhap, spam recipe! eating. Youtube Video, 13:09. Oct 11, 2023. dari <https://www.youtube.com/watch?v=e-qZN8L3PJ8>
- Talisa Tossell. Satisfying Slime ASMR | Relaxing Slime Videos Compilation No Talking No Music No Voiceover, 20:00. May 23, 2023. dari <https://www.youtube.com/watch?v=lcPTDc9vHkE>

- ASMR SOAP YT. Compilation set★ASMR SOAP★Crushing soap★Cutting soap cubes★FOAM&GLITTER&STARCH★, 4:37:42. Sep 14, 2023. dari <https://www.youtube.com/watch?v=0p7JnNSRaOI>
- XianYu's ASMR の切る. ASMR ✨ Blue crystal tape ball | Relaxing and Satisfying Video, 01:09. Oct 18, 2023. dari <https://www.youtube.com/watch?v=GWuvJJZABJI>
- ASMR Belle. Luxury Nighttime Spa To Make You Sleep ASMR ✨ | Full Body Relaxation, Scalp Massage & Hair Play, 23:21. Oct 4, 2023. dari <https://www.youtube.com/watch?v=PWqnYHqPMcU>
- Mynka ASMR. asmr doing your makeup 🍷🍇 ,06:29. Oct 18, 2023. Dari <https://www.youtube.com/watch?v=nT3P-55ZghE>