

DAFTAR PUSTAKA

- Adelaida, A., Lordache, C., & Raats, T. (2021). The 'Netflix Original' and what it means for the production of European television content. *Critical Studies in Television* 16(3), 304-325.
- Adiprabawa, G. (2024). Netflix Originals Dan Transnasionalisme SVoD: Analisis Jaringan Semantik Di Indonesia dan Korea. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10.1, 65-82.
- Alfiyatun, D. (2019). JOGJA-NETPAC ASIAN FILM FESTIVAL (JAFF) SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN CITRA JOGJA DI KANCAH PERFILMAN ASIA TAHUN 2018.
- Ali, M. M. (2013). Film Religi Sebagai Media Dakwah Islam. *Islamic Review : Jurnal Riset dan Kajian Keislaman* 2, 327-338.
- Angelica, G., Putri, N. D., Dewi, L. A., Amanda, A., Haykal, M. M., & Simanjorang, F. (2023). Dampak Globalisasi Terhadap Bisnis Internasional. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI)*, 187-209.
- Apostolopoulos, J. G., Tan, W.-t., & Wee, S. J. (2002). Video Streaming: Concepts, Algorithms, and System. *HP Laboratories, Report HPL-2002-260*, 2641-8770.
- Ardiyanti, H. (2017). Perfilman Indonesia: Perkembangan Kebijakan, Sebuah Telaah Dari Perspektif Industri Budaya.
- Ariani, R. S., Ticoalu, L. D., & Wahyuni, H. S. (2021). Mengoptimalkan Peran Lembaga Perfilman Indonesia: Analisis Aspek Hak Cipta Terhadap Praktik Siaran Video Ilegal. *Jurnal Kajian Pembaruan Hukum* 1.2, 175-210.
- Ariansah, M. (2008). *Film dan Estetika*. Imaji.

- Arifianto, B. D., & Junaedi, F. (2014). Distribusi dan Eksibisi Film Alternatif di Yogyakarta, Resistensi atas Prekter Dominasi Film di Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 74-84.
- Aryanto, D. R., & Sani, A. (2022). STRATEGI PREGINA ART & SHOWBIZ DALAM MENGHADAPI ERA DIGITALISASI DAN PENDEMI.
- Astari, D. (2022). *Diterpa Skandal, Penyalin Cahaya Rajai Trending Netflix Di 15 Negara*. Insertlive.
- Astuti, S. D. (2018). Strategi Distribusi Film Naura & Genk Juara. *Diss. Institut Seni Indonesia (ISI)*.
- Auditya, A., & Hidayat, Z. (2021). Netflix in Indonesia: Influential Factors on Customer Engagement among Millennials' Subscribers. *Journal of Distribution Science 19.1*, 89-103.
- Boonprasertwattana, W. (2022). A SCENARIO-BASED APPROACH TO INTERNATIONALIZATION STRATEGY FOR A THAI TELEVISION SERIES IN CAMBODIA. *Doctoral dissertation, Thammasat University*.
- Brunet, J., & Gornostaeva, G. (2006). Company Profile: Working Title Films, Independent Producers: Internationalization of Film Industry. *International Journal of Arts Management*, 60-69.
- Chalaby, J. K. (2006). American Culutural Primacy in a New Media Order A European Perspective . *International Communication Gazzete 68(1)*, 33-51.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. *Sage Publications*.
- Djamzuri, M. I. (2022). Fenomena Netflix Platform Premium Video Streaming Membangun Kesadaran Cyybe Etik Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*.
- Dr. Pandi Putra, S. M. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

- Elsha, D. D. (2018). Menengok Kelemahan Perfilman Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB* 2.2.
- Fanany, M. (2015). BLACK PROPAGANDA DALAM FILM (Analisis Isi pada Film “ The Interview ” Karya Seth Rogen, Evan Golberg).
- Fauzan, A., & Rukmana, G. M. (2024). Dinamika Kerjasama Perusahaan Multinasional dalam Hubungan Internasional: Tinjauan dari Sudut Pandang Ekonomi Global. *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4.3, 1766-1771.
- Frater, P. (2022). *Indonesia’s ‘The Big 4’ Is Netflix’s Second Most Watched Non-English Film* . <https://variety.com/2022/film/news/indonesia-the-big-4-film-netflix-1235466909/>.
- Garon, J. M. (2013). Digital Hollywood 2.0: reimagining film, music, television, and publishing distribution as a global artist collaborative. *Mich. St. U. Coll. L. Int'l L. Rev.* 21, 563.
- Gultom, A. D. (2018). Digitalisasi Penyiaran Televisi Di Indonesia. *Buletin Pos dan Telekomunikasi* 16.2, 91-100.
- Hanggarjita, M. D., & Paksi, A. K. (2022). Peran Unilever Dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 5.3, 283-296.
- Harrell, M. C., & Bradley, M. A. (2009). *Data Collection Methods: Semi-Structured Interviews and Focus Groups*. Santa Monica, CA: RAND Corporation.
- Hennink, M., Hutter, I., & Biley, A. (2020). *Qualitative Research Methods*. London: Sage Publications Ltd.
- Heryanto, J. (2003). Peranan Multinational Corporations Dalam Industrialisasi Di Indonesia Pada Era Orde Baru. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 5.1, 17-24.

- Hidayat, A. A. (2021). Netflix in Indonesia: Influential Factors on Customer Engagement among Millenials Subscribers. *Journal of Distribution Science 19(1)*, 89-103.
- Hidayat, A. A. (2021). Netflix in Indonesia: Influential Factors on Customer Engagement among Millennials' Subscribers. *Journal of Distribution Science 19.1* , 898-103.
- Huffer, I. (2017). Social Inclusivity, Cultural Diversity and Online Film Consumption. *Cultural Trends*, 138-154.
- Imanto, T. (2007). Film sebagai proses kreatif dalam bahasa gambar. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- Indonesia, N. (2018, October 18). *Instagram Post*. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/BpEvhRLFnP9/?hl=en>
- Indonesia, N. (2020, July 15). *Instagram Post*. Retrieved from https://www.instagram.com/netflixid/p/CCpxldFgoOU/?img_index=1
- Indonesia, N. (2020, July 27). *Youtube Post*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Z7kRxHxJ4dQ&t=3s>
- Indonesia, N. (2022, December 10). *Instagram Post*. Retrieved from https://www.instagram.com/netflixid/p/Cl_JU-JBL5Y/
- Indonesia, N. (2022, January 6). *Tiktok Post*. Retrieved from <https://www.tiktok.com/@netflixid/video/7049988131721907457>
- Indonesia, N. (2022, September 16). *Tiktok Post*. Retrieved from <https://www.tiktok.com/@netflixid/video/7143839833293606145?lang=en>
- Indonesia, N. (2022, December 23). *Youtube Post*. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=9kgZEeZ_KDg&list=PLZgnYRUQbz m31o-q-r6Fckhra82ZdVDI8&index=13
- Indonesia, N. (2023, November 19). *Tiktok Post*. Retrieved from <https://www.tiktok.com/@netflixid/video/7302761559032450312?lang=en>

- Iqbal, M., Savitri, D., Nur, L., Andini, R. D., & Silalahi, P. R. (2023). PERAN PERUSAHAAN MULTINASIONAL DALAM MENINGKATKAN SEKTOR PEREKONOMIAN DI INDONESIA. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 3.1, 64-76.
- Iswahyuningtyas, C. E., & H, M. F. (2021). Strategi Dan Tantangan Dalam Distribusi Dan Eksibisi Film Secara Konvensional Maupun Digital Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 133-146.
- Khairunnisa, A. T., & Komalasari, Y. (2023). ANALISIS YURIDIS MENGENAI FAKTOR DAN PERLINDUNGAN HUKUM FOREIGN DIRECT INVESTMENT DI INDONESIA. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan* 2.3, 85-95.
- Komalawati, E. (2017). Industri film Indonesia: Membangun Keselarasan Ekonomi Media Film dan Kualitas Konten. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 1-18.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Laily, F. T., & Purbantina, A. P. (2021). Digitalisasi Industri Perfilman Korea Selatan Melalui Netflix Sebagai Alternatif Pasar Ekspor Film. *Expose : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 141-155.
- Lamont, C. (2015). *Research Methods in International Relations*. London: Sage.
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: NYC Press.
- Lotz, A. D. (2009). Industry-Level Studies and The Contributions of Gitlin's Inside Prime Time. En M. V, B. MJ, & C. JT, *Production Studies* (págs. 33-46). New York: Routledge.
- Ma'Arif, A. S., Sultan, M. I., & Bahfiarti, T. (2017). Strategi Promosi Film Ada Apa Dengan Cinta 2 Melalui Media Online. *Jurnal Komunikasi KAREBA* 6(1).

- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Upp Amp Ykpn.
- Madrigal, A. C. (2014). *How Netflix Reverse-Engineered Hollywood*.
<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/>.
- Matrix, S. (2014). The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures* 6.1, 119-138.
- Messerlin, P. (2019). Building Consistent Policies on Subsidies In The Film Industry . *Science Po* .
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *An Expand Sourcebook: Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publications.
- Murdiyanto, D. E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Netflix. (2018). *Q1 and Q2 Forecast* . <https://ir.netflix.com/static>.
- NETFLIX. (2021, November 9). *Photocopier Coming to Netflix*. Retrieved from <https://about.netflix.com/en/news/photocopier-coming-to-netflix>
- NETFLIX. (2 de September de 2022). *Netflix Unveils Upcoming Films and Series From Indonesia*. Obtenido de <https://about.netflix.com/en/news/netflix-unveils-upcoming-films-and-series-from-indonesia>
- Netflix. (2022, January 13). *Youtube Post*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=VbsTA-inEkc&t=24s>
- Netflix, & Inc. (2021). *About Netflix*. Netflix, Inc.
- Netflix, Inc. (2021). *About Netflix*. Netflix, Inc.
- Ningsih, A. S., & Maharani, B. H. (2019). Penegakan Hukum Hak Cipta Terhadap Pembajakan Film Secara Daring. *Jurnal Meta-Yuridis Vol. 2 No.1*.

- Nur, K. (2022). NARASI NILAI KEMANUSIAAN DALAM SERIAL DRAMA SQUID GAME DI NETFLIX (ANALISIS NARASI TZVETAN TODOROV). *Doctoral Dissertation, UIN Saifuddin Zuhri*.
- Nurfatmala, Fitriah, N., Komalasari, R., Hidayat, S., & Raya, F. (2023). Peran Perusahaan Multinasional Dalam Meningkatkan Sektor Perekonomian Di Indonesia . *MENAWAN; Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi* 1.6, 278-289.
- Panginan, E. K. (2019). Evolusi Audio dan Audio Visual.
- Panginan, E. K. (2019). Evolusi Audio dan Audio Visual. *Pendidikan Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan*.
- Park, S., & Hong, S.-K. (2023). Is Netflix Riding the Korean Wave or Vice Versa?| Reshaping Hallyu: Global Reception of South Korean Content on Netflix. *Park, S., & Hong, S. K. (2023). Is Netflix Riding the Korean Wave or Vice Versa?| Reshaping Hallyu: Global Reception of South Korean Content on Netflix. International Journal of Communication, 17, 20.*
- Patawari, M. Y., & Sugiyanto, D. R. (2021). Pergeseran Paradigma Distribusi Film Pada Masa Pandemi Covid-19 dan Prediksi Eksistensi Bioskop Pascapandemi Covid-19. *Jurnal Urban, 77-158*.
- Perryman, K. (2014). Netflix, Inc. Strategic Analysis of The Red Menace. . *Pepperdine University, The George L. Graziadio School of Business and Management Business Strategy*.
- Petruska, K., & Woods, F. (2019). Travelling Without a Passport: 'Original' Streaming Content in The Transatlantic Distributiin Ecosystem. En H. M, H. M, & P. R, *Transatlantic Television Drama: Industries, Programs, and Fans* (págs. 59-78). Oxford: Oxford University Press.
- Prayitna, A. (2014). Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran Hak Cipta dalam Pembuatan E-Book. *Doctoral Dissertation UNDIP*.
- Premesti, W. (2023). Media Streaming Digital, Alternative Ruang Tayang Film. *Jurnal Seni dan Desain Vol 5, No 1, 52-55*.

- Primananda, E. P. (2015). Distribusi film independen DI Yogyakarta (studi kasus strategi distribusi film pada komunitas Pabrik Film). *Doctoral Dissertation Universitas Gadjah Mada*.
- Putri, A. R., & Paksi, A. K. (2021). The Strategy of Netflix to Dominate The Entertainment Media Market in Indonesia 2016-2021. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 110-134.
- Putri, I. P. (2017). Industri Film Sebagai Bagian dari Industri Kreatif Indonesia. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 24-42.
- Rahmanda, D., Suweca, I. W., & Aryanto, A. S. (2022). STRATEGI PREGINA ART & SHOWBIZ DALAM MENGHADAPI ERA DIGITALISASI DAN PENDEMI.
- Ramanito, G. (2019). Upaya Masuknya Netflix Terhadap Penurunan Angka Pembajakan di Indonesia. *Repository Universitas Katolik Parahyangan*.
- Rugman, A. M., & Verbeke, A. (2004). A perspective on regional and global strategies of multinational enterprises. *Journal of international business studies* 35, 3-18.
- Sadeh, G. (2019). *How Netflix uses big data to create content and enhance user experience* . <https://www.clickz.com/how-netflix-uses-big-data-content/228201/>.
- Sahara, F. T., & Triwardhani, D. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berlangganan Layanan Streaming Video On Demand Netflix. *Journal of Young Entrepreneurs* 2(1).
- Sampurna, R. H. (2019). A CRITICAL REVIEW OF THE IMPACT OF MULTINATIONAL CORPORATIONS (MNCs) ON INDONESIAN ECONOMY. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 9.1, 221-233.
- Sasono, E. (2011). Menjegal Film Indonesia: Pemetaan Ekonomi Politik. *Rumah Film & Tifa Foundation*.

- Sasono, E. (2022). Mengukur Kapasitas Ekonomi Industri Film Indonesia. *Film Economy*, 93-107.
- Schneeberger, A. (2019). *The internationalisation of TV audience markets in Europe*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Sekartaji, S. B. (2023). THE FOUR FACTORS DOMINATING ONLINE STREAMING PLATFORMS AS WITNESSED BY NETFLIX IN THE WAKE OF GLOBALIZATION. *Journal of Transnational American Studies* 10(2), 161-174.
- Shattuc, J. (2020). Netflix, Inc. and Online Television. En J. Wasko, & E. R. Meehan, *A Companion To Television* (págs. 145-164).
- Sitanggang, P. S. (2022). Strategi Pemasaran Globalterhadap Netflix. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol.1, No.9*.
- Situmorang, Z. S., & Iskandar, B. P. (2016). MEASURING VARIABLES AFFECTING CUSTOMER WILLINGNESS TO ATTEND LIVE MUSIC PERFORMANCE IN INDONESIA. *Lumbung Pustaka UNY*.
- Soelistyo, H. (2011). Hak Cipta Tanpa Hak Moral.
- Soraya, A. J. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Copyright Film Dalam Kasus Pembajakan Film Oleh Situs Ilegal. *PATRIOT: Jurnal Kajian Pancasila & Kewarganegaraan* 1(01).
- Stempleski, S., & Tomalin, B. (2001). *FILM*. Oxford: Oxford University Press.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistianti, E. W., Moran, R. J., & Munandar, A. (2021). Tantangan Pasca Produksi Film. *Profilm: Jurnal Ilmiah Ilmu Perfilman dan Pertelevisian* 1.2.
- Supranto, J. (2000). *Statistics: Theory and Applications*. Jakarta: Erlangga.
- Suryani, S., Cakranegara, P. A., Budiasih, Y., Tannady, H., & Suyoto, Y. T. (2022). Analisis Pengaruh Perceived Value Dan Brand Image Terhadap

- Purchase Decision Layanan Netflix. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3238-3247.
- Tandelilin, E. (2010). Dasar-Dasar Manajemen Investasi. *Manajemen Investasi* 34.
- Ulum, M. B. (2021). Film Industry as Part of Global Creative Industry: Learning from Indonesia. *TRILOGI : Jurnal Ilmu Teknologi*, 220-227.
- Ummah, S. M., Hermansyah, T., & Nasichah. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Pada Promosi Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 52-60.
- Wibowo, T. O. (2017). Kompleksitas Pembajakan Konten di Era Digital [Resensi dari Buku Piracy : Leakages from Modernity]. *Jurnal Kawistara*, 7(2).
- Wibowo, T. O. (2019). Understanding Movie Streaming Websites in Indonesia as Unlimited Movie Access in the Digital Era. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 35.2, 247-259.
- Wijaya, E. R., Rahmanto, A. N., & Niani, A. M. (2022). Resilience Theory: Adaptation and Transformation of the Film Community due to the Pandemic. *Formosa Journal of Social Sciences*, 467-484.
- Wijiharjono, N. (2017). Kajian Perkembangan Penelitian Pemasaran Film. *AGREGAT, Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1(2), 247-271.
- Wikipedia. (2024). *Daftar Film Orisinil yang Didistribusikan oleh Netflix*.
Wikipedia.
- Wong, C.-H., Tan, G. W.-H., Loke, S.-P., & Ooi, K.-B. (2014). Mobile TV: A New Form Of Entertainment? *Industrial Management & Data Systems* 114.7, 1050-1067.
- Yolanda, A. (2021). Hubungan Antara Layanan Video-On-Demand Netflix dan Minat Berlangganan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. *Skripsi Politik Universitas Hasanuddin*.

Zeng, J., Khan, Z., & Silva, M. D. (2019). The Emergence of Multi-Sided Platform MNEs : Internalization Theory and Networks. *International Business Review*.