

DAFTAR PUSTAKA

- Aaltonen, M.E. (2011). *Touch, taste & devour: Phenomenology of film and the film experiencer in the cinema of sensations*. University of Glasgow. <https://eleanor.lib.gla.ac.uk/record=b2870934>
- Alfajri, N. Q. (2017). *Fenomena menonton serial anime "Naruto" di Global TV: Studi fenomenologi di TK Indra Putra Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu*. Universitas Islam Riau.
- Antaranews.com. (2024, Februari 13). Pengunjung bioskop Indonesia melonjak. Diakses pada 17 Mei 2024, dari <https://www.antaranews.com/infografik/3961770/pengunjung-bioskop-indonesia-melonjak>
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Jakarta. (2024, April 18). Jumlah penduduk hasil sensus penduduk 2020 menurut generasi dan kabupaten/kota di Provinsi DKI Jakarta. Diakses dari <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA1NyMy/jumlah-penduduk-hasil-sensus-penduduk-2020-menurut-generasi-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Barhate, B., & Dirani, K. M. (2021). Career aspirations of Generation Z: A systematic literature review. *European Journal of Training and Development*, 46(1), 139–157. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2020-0124>
- Bilisanimar, A. (2023, Juli 24). Gen Z, sosial media, dan short attention span. Diakses pada 12 Juli 2024, dari <https://www.kompasiana.com/abrarbilisanimar0686/64be2b5808a8b53ba2083c22/gen-z-sosial-media-dan-short-attention-span>
- Bioskop. (2024). Pada *KBBI Daring*. Diakses pada 10 Mei 2024, dari <https://kbbi.web.id/bioskop>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry: Choosing among five traditions* (2nd ed.). Sage Publications.

- Edwin, J., & Irwansyah, I. (2021). Motivasi milenial menonton layanan streaming. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 77–82. <https://jurnal.usk.ac.id/JKG/article/view/20210>
- Fathoni, A. (2011). *Metodologi penelitian dan teknik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Fadillah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh konten digital terhadap Generasi Z dalam pemanfaatan media sosial dan digital native di Kota Tanjungpinang. *Al YAZIDIY: Ilmu Sosial, Humaniora, dan Pendidikan*, 4(2), 1–11.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Gaustad, T. (2019). How streaming services make cinema more important. *Nordic Journal of Media Studies*, 1(1), 67–84. <https://doi.org/10.2478/njms-2019-0005>
- Hamdani, S. (2024). Implementasi metode fenomenologi dalam penelitian pendidikan Islam. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam Dan Isu-Isu Sosial*, 22(1), 35–53. <https://doi.org/10.37216/tadib.v22i1.1560>
- Hanum, S. F. (2024). Pengalaman komunikasi pemirsa di Semarang dalam menonton film “Mencuri Raden Saleh”. Undergraduate thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Harahap, H. (2017). Preferensi media masyarakat Jabodetabek dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 21(1), 43–58. <https://doi.org/10.31445/jskm.2017.210104>
- Haryanto, & Chandra, G. (2019). Perbedaan penggunaan internet, media sosial, dan persepsi pada dunia kerja menurut tahun kelahiran generasi Z (Studi pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta). (S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta). UAJY Repository.
- Kamayanti, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Akuntansi*. Jakarta Selatan: Yayasan Rumah Peneleh.
- Karunia, H. H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>

- Khalilurrahman (2022). *Analisis fenomenologi Edmund Husserl terhadap komodifikasi agama di ruang publik: Studi kasus penggunaan simbol-simbol Islam pada Pilkada Sumenep 2020* (UIN Sunan Ampel Surabaya). UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Nurhayati. (2022). *Komunikasi massa. Journal Analytica Islamica*, 11(1), 1–10. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/article/view/11923>
- Limano, F. (2023). Perkembangan film superhero Indonesia: Studi terhadap alat konseptual sinematografi (Studi kasus film Gundala). *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(2). <https://doi.org/10.33005/gestalt.v4i2.124>
- Liputan6.com. (2022, Januari 10). Spider-Man: *No Way Home* raup 8 juta penonton di Indonesia, terlaris ke-2 libas Avengers: Infinity War. Diakses pada 12 November 2024, dari <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4855701/spider-man-no-way-home-raup-8-juta-penonton-di-indonesia-terlaris-ke-2-libas-avengers-infinity-war>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of Human Communication* (9th ed.). Wadsworth Publishing.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11th ed.). Waveland Press, Inc.
- Hakim, L. (2022). *Analisis fenomenologi Edmund Husserl terhadap komodifikasi agama di ruang publik: Studi kasus penggunaan simbol-simbol Islam pada PILKADA Sumenep 2020* (UIN Sunan Ampel Surabaya). UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Manuputty, S. E. (2022). *Motif Penggunaan Akun Instagram @Pintarumkm Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Followers*. Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia.
- Maria, D., Poerana, A., & Ramdhani, M. (2024). Fenomena Menonton Drama Korea Pada Kalangan Wanita Karier (Studi Fenomenologi Pada Kalangan Wanita Karier di Kota Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 313–322. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10466198>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(3). <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>

- Muhammad, N. (2023, 15 Juni). Netflix Raih 1,75 Juta Pelanggan Baru pada Kuartal I 2023. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/15/netflix-raih-175-juta-pelanggan-baru-pada-kuartal-i-2023>
- Nugrahani, F. (2014). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Bahasa. Solo: Cakra Books.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826-833. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Pambudi, Y. C. A. (2010). Institut Film di Yogyakarta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/3316>
- Permatasyari, A. (2021). *Perkembangan komunikasi massa*. *Jurnal Prosiding*, 1(1), 18–31. <https://proceeding.dharmawangsa.ac.id/index.php/PFISIP/article/view/95>
- Pradsmadji, S. I., & Irwansyah, I. (2019). Pengalaman dan Pandangan Khalayak Pegiat Sinema Non-Produksi Terkait Teknologi 3D Sebagai Pendukung Saluran Komunikasi Film. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 141–154. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.4060>
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202–224. <https://doi.org/10.38043/jids.v1i2.219>
- Putri, A. M. H. (2023, 17 Januari). FYI! Bioskop di RI Capai 500 Unit, Cinema XXI Terbanyak. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230117050330-128-405931/fyi-bioskop-di-ri-capai-500-unit-cinema-xxi-terbanyak>
- Putri, J. I. D. (2023). Implementasi Konsep Integrated Marketing Communication (IMC) Tiket Berbasis Online Cinapolis Ponorogo. (Skripsi S1, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Rahmania, N. A., Indriani, S. S., & Prasanti, D. (2023). Pengalaman Menonton Ulang: Studi Fenomenologi terhadap Mahasiswa Universitas Padjadjaran dan Universitas Gadjah Mada. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 16–29. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45710>
- Rebecca, & Nursanna, C. (2022). Coppamagz Sebagai Pemenuh Informasi di Kalangan Pecinta K-Pop. Universitas Nasional, Jakarta, Indonesia. <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/5420>

- Rofiah, C. (2023). Metode penelitian fenomenologi (Cetakan 1). Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Salsabilla, P. (2020). Pola Perilaku Binge Watching pada Generasi Z (Studi Fenomenologi terhadap Perilaku Binge Watching Generasi Z). <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/490>
- Schmidt, C. (2016). Phenomenology: An experience of letting go and letting be. *Waikato Journal of Education*, 11(1). <https://doi.org/10.15663/wje.v11i1.323>
- Setiawan, B. P. N. (2019). Perancangan informasi Bioskop Harewos melalui media film dokumenter. *Undergraduate thesis*, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2304/>
- Shabrina, S. (2019). Nilai moral bangsa Jepang dalam film *Sayonara Bokutachi No Youchien* (Kajian semiotika). *Undergraduate thesis*, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2165/>
- Sugiyono. (2012). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Teknik sampling untuk survei dan eksperimen*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM : Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Tantika, R. M. (2023). Analisis fenomenologi terhadap peran istri sebagai pencari nafkah utama di Kabupaten Pacitan. Masters thesis, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/24665/>
- Taqia, A. Q., Wafa, M. A., & Qadariah, L. (2024). Motivasi menonton film pada aplikasi berbayar Netflix (Studi kasus pada masyarakat Kelurahan Pangeran). *Diploma thesis*, Universitas Islam Kalimantan MAB. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/22431>
- Tresnawati, Y. (2021). Aktivitas branding Cinema XXI melalui media sosial Instagram di masa pandemi. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(1), 1–12.
- Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma konstruktivis. https://www.researchgate.net/publication/336764265_Paradigma_Konstruktivis
- Widoarum, M. C., & Amboro, J. L. (2024). Dampak emosional penikmat film superhero terhadap film superhero produksi Marvel Cinematic Universe (MCU). *Calaccitra: Jurnal Film dan Televisi*, 3(2), 24–28. <https://doi.org/10.59997/cc.v3i2.292>