
Analisis Harga Pada Minat Konsumen Dalam Berlangganan Netflix Pasca Pandemi

Agnest Indriani¹, Cecep Hermana²

*Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia¹
Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia²*

E-mail: 1910631020061@student.unsika.ac.id

Abstract: *The COVID-19 pandemic is a disaster that has brought many unimaginable changes. The world of the film industry is no exception, which makes people look for alternative entertainment, namely by watching movies or series through streaming services that are easy to access. The world's video streaming service platform is Netflix. Consumers can buy subscription packages to enjoy the video facilities provided. Netflix subscription prices are relatively higher compared to similar service companies. Netflix has experienced a decline in the number of subscribers due to subscription package prices which are considered to be very burdensome for consumers. But Netflix remains the most popular video streaming service in the world. This research method uses qualitative methods using literature studies. The purpose of this study is to analyze the effect of price on consumer interest in subscribing to Netflix and to analyze the factors that can influence consumer interest in subscribing to Netflix. The results of this study indicate that price has an influence on consumer interest in subscribing to Netflix Post-Pandemic. In addition, there are five factors that can influence consumer interest in subscribing to Netflix, namely, occupational differences, socioeconomic differences, differences in hobbies and hobbies, gender differences and age differences. need to be fulfilled.*

Keywords: *Price; Consumer Interest; Netflix*

Abstrak: Pandemi COVID-19 merupakan bencana yang membawa banyak perubahan yang tidak terbayangkan sebelumnya. Tidak terkecuali industri perfilman dunia yang membuat masyarakat mencari alternatif hiburan yaitu dengan menonton film atau serial melalui layanan streaming yang mudah untuk diakses. Platform layanan streaming video mendunia adalah Netflix. Konsumen dapat membeli paket langganan untuk menikmati fasilitas video yang disediakan. Harga berlangganan Netflix relatif lebih tinggi dibandingkan perusahaan jasa sejenis. Netflix mengalami penurunan jumlah pelanggan yang disebabkan oleh harga paket langganan yang dirasa sangat memberatkan konsumen. Namun Netflix tetap menjadi layanan streaming video paling populer di dunia. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan studi literatur. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh harga dengan minat konsumen berlangganan Netflix dan menganalisis faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat konsumen dalam berlangganan Netflix. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh dengan minat konsumen dalam berlangganan Netflix Pasca Pandemi selain itu ada lima faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam berlangganan netflix yaitu, perbedaan pekerjaan, perbedaan sosial ekonomi, perbedaan hobi dan kegemaran, perbedaan jenis kelamin dan perbedaan usia yang perlu untuk dipenuhi.

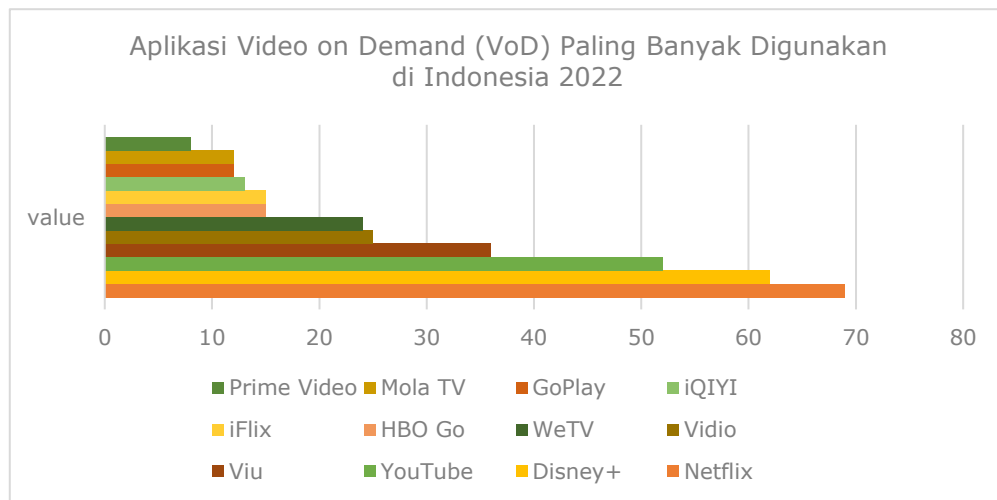
Kata Kunci: *Harga; Minat Konsumen; Netflix*

PENDAHULUAN

Bencana COVID-19 telah membawa perubahan terhadap dunia dengan berbagai tantangan yang mudah. Di Indonesia, COVID-19 telah menewaskan lebih dari 1,3 juta jiwa sejak kasus pertama yang diumumkan pada bulan Maret 2020, dan menewaskan sedikitnya 35.000 orang telah meninggal dunia (UNDIP, 2021). Pandemi memang memberikan dampak yang begitu besar tanpa pandang bulu. Berbagai lapisan masyarakat mulai dari bawah hingga atas pasti telah merasakan besarnya perubahan ekonomi yang dialami selama pandemi (Della Hilia Anriva, 2021). Pandemi COVID-19, yang melanda dunia termasuk Indonesia, telah memengaruhi semua sektor. Tak terkecuali pada industri perfilman Indonesia yang tengah mengalami masa krisis. Pelaku industri perfilman bernama Joko Anwar mengatakan industri perfilman merupakan salah satu sektor yang

terkena dampak pandemi yang berlangsung selama lebih dari setahun. Kebijakan untuk menangani penyebaran COVID-19 menyebabkan bioskop-bioskop harus ditutup. Sedangkan 90% pendapatan film berasal dari penjualan tiket bioskop (Faustinus Nua, 2021).

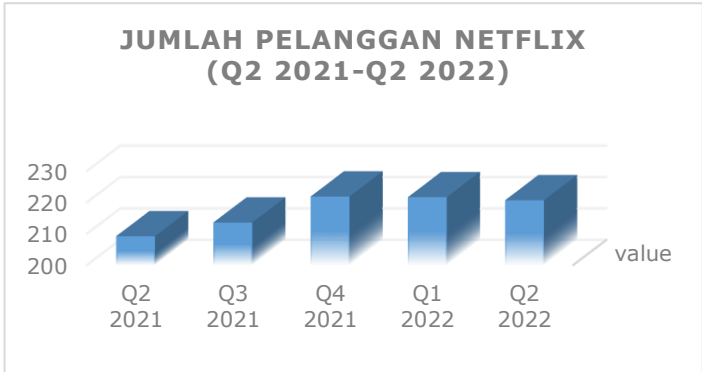
Pada saat kasus COVID-19 sedang meningkat, masyarakat merespon kondisi tersebut dengan mencari hiburan alternatif. Lebih dari seperempat masyarakat yaitu sebanyak 31% responden memilih untuk mengunduh atau menonton film di internet secara cuma-cuma (Yosepha Pusparisa, 2020b). Masyarakat mengunduh film atau series melalui layanan praktis yang tersedia kapan saja, di mana saja dengan terkoneksi ke internet. Grafik aplikasi Video on Demand (VoD) paling banyak digunakan di Indonesia (Cindy Mutia Annur, 2022) sebagai berikut:



Gambar 1. Aplikasi Video on Demand (VOD) paling banyak digunakan di Indonesia 2022 (Sumber: Databooks.co.id)

Berdasarkan hasil survei Populix menunjukkan Netflix merupakan aplikasi Video on Demand (VOD) yang paling banyak digunakan di Indonesia persentasenya mencapai 69% sedikitnya ada dua belas layanan Streaming Video on Demand (SvoD) yang legal di Indonesia, yakni Netflix, Disney+, YouTube, Viu, Vidio, We TV, HBO Go, Iflix, iQIYI, Goplay, Mola TV, Prime Video (Annur, 2022). Adanya layanan konten internet Over TheTop (OTT) berbasis aplikasi dengan jelas berdampak besar bagi industri hiburan khususnya perfilman secara global maupun nasional. Inilah yang menyebabkan berkurangnya orang yang ingin datang ke bioskop atau hanya sekedar menonton sebuah konser lantaran ada alternatif lain seperti menonton atau sekedar mengunduh film pada platform streaming. Dari grafik ini terlihat bahwa Netflix berhasil menjadi alternatif masyarakat untuk memanfaatkan waktu (Suryanto, 2020).

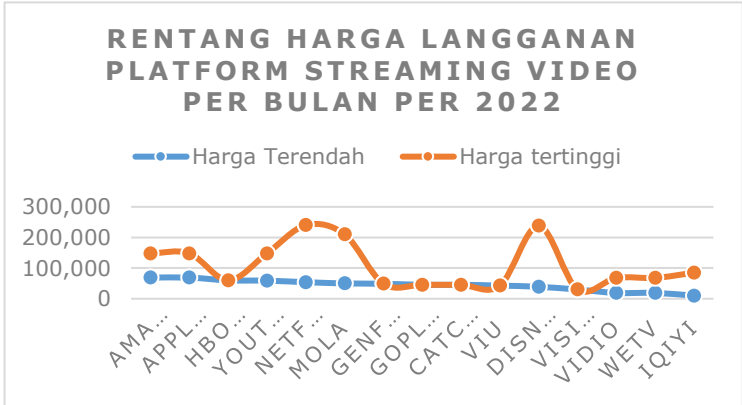
Dampak pandemi COVID-19 satu sisi membawa kerugian bagi industri perfilman, tetapi sisi lainnya meningkatkan jumlah pelanggan pengguna internet. Selama pandemi, masyarakat menghabiskan banyak waktu di dalam rumah sehingga membuat mereka merasa bosan. Untuk mengatasi hal tersebut maka mereka mengisi waktu luang dengan berbagai kegiatan, salah satunya adalah dengan menonton film kesukaan melalui platform digital (Yosepha Pusparisa, 2020a). Seperti media sosial lainnya yang dikenal oleh kalangan remaja. Media massa ini dikenal dengan nama Netflix sebagai platform layanan Video on Demand (VOD) yang sebanding dengan tempat persewaan DVD, namun Netflix dapat menawarkan film digital dari internet. Netflix memiliki fitur yang sama dengan televisi berbayar (televisi kabel) seperti tidak ada iklan dalam konten, penonton tidak perlu menunggu jadwal siaran, dan penonton dapat memilih sendiri chanel yang ingin ditonton dalam waktu luangnya. Untuk memungkinkan pengguna mengakses film dan serial TV yang sudah dikemas sedemikian rupa oleh Netflix (Saori, 2018). Untuk mengakses layanan tersebut konsumen harus memiliki jaringan internet yang baik dan kuota internet yang cukup karena Netflix memiliki mekanisme media streaming seperti halnya media sosial Youtube (Fatimah Kartini Bohang, 2016).



Gambar 2. Jumlah Pelanggan Berbayar Netflix Secara Global (Q4 2019 – Q4 2021) (Sumber: Databooks.co.id)

Berdasarkan data jumlah pelanggan video streaming berbayar tahun 2019-2021 Netflix berhasil mendominasi pasar VOD secara global. Perusahaan itu memiliki 221,84 juta pelanggan berbayar hingga 2021 naik 8,93% dari tahun sebelumnya sebanyak 203,66 juta orang Amerika Serikat dan Kanada menjadi wilayah dengan jumlah pelanggan terbesar di dunia, yakni sebanyak 74,02 juta orang. Jumlah pelanggan Netflix melonjak signifikan saat COVID-19 terjadi. Hal ini mengingat banyak orang yang menghabiskan waktunya menonton streaming video ketika pembatasan sosial terjadi (Monavia Ayu Rizaty, 2022).

Untuk berlangganan Netflix ada beberapa pilihan harga jenis paket video yang bisa dipilih oleh konsumen. Harga berlangganan Netflix relatif lebih tinggi dibandingkan perusahaan jasa serupa. Berikut variasi harga berlangganan disesuaikan dengan jenis paket yang didapatkan oleh (Alif Karnadi, 2022a):

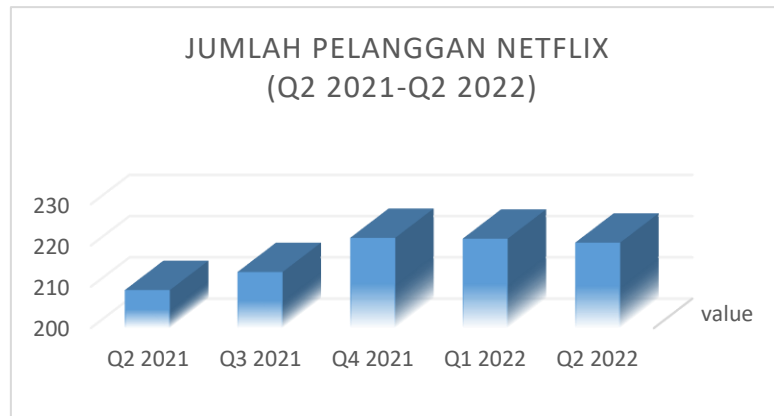


Gambar 3. Rentang Harga Langganan Platform Streaming Video Per Bulan 2022 (Sumber: Databooks.co.id)

Netflix memiliki harga bervariasi tergantung kualitas video yang ditawarkan menyesuaikan dengan paket yang dipilih. Harga langganan termurah berasal dari iQIYI. Biaya berlangganannya dimulai dari Rp.10.000 hingga Rp.75.000 per bulannya. Vidio dan WeTV masing-masing memiliki harga langganan dari Rp.19.000 hingga Rp.49.000 setiap bulan. Vision+ memiliki biaya langganan sebesar Rp.30.000 per bulan. Biaya+Hotstar setiap bulannya sebesar Rp.39.000. Namun jika berlangganan satu tahun biaya yang dikeluarkan menjadi sebesar Rp.199.000. Untuk berlangganan Viu biaya yang diperlukan tiap bulannya sebesar Rp.42.900. Kemudian, biaya langganan per bulan untuk Goplay dan Catchplay+ masing-masing sebesar Rp.45.000. Harga yang perlu dikeluarkan untuk berlangganan Genflix sebesar Rp.49.000 untuk satu bulan.

Aplikasi streaming video Mola memiliki rentang biaya berlangganan mulai dari Rp.50.000 hingga Rp.160.000. Lalu biaya langganan Netflix mulai dari Rp.54.000 hingga Rp.186.000 per bulannya. Rentang harga maksimal itu menjadi yang paling mahal di antara platform jenis serupa. Youtube

juga memberikan paket premium bagi para penggunanya sebesar Rp.59.000 hingga Rp.89.000 per bulan. Sementara, HBO GO memiliki biaya langganan sebesar Rp.60.000 per bulannya. Apple TV+ dan Amazon Prime juga telah resmi masuk ke Indonesia. Berturut-turut biaya langganan per bulannya sebesar Rp.69.000 dan Rp.79.000 (Alif Karnadi, 2022b). Harga berlangganan Netflix lebih tinggi dibandingkan platform lain, hal ini yang menjadi salah satu penyebab Netflix tahun 2022 mengalami penurunan sebanyak 970 ribu pelanggan pada kuartal II 2022 dan 200 ribu pelanggan pada kuartal. Dapat dilihat dari grafik berikut ini (Vika Azkiya Dihn, 2022):



Gambar 4. Jumlah Pelanggan Netflix (Q2 2021-Q2 2022 (Sumber: Databooks.co.id)

Walaupun harga Netflix lebih tinggi namun masih menjadi aplikasi dengan unduhan dan pengguna terbanyak (Hidayati, 2022). Artikel ini membahas mengenai "Analisis Harga Pada Minat Konsumen Dalam Berlangganan Netflix Pasca Pandemi". Artikel ini menganalisis bagaimana Harga berpengaruh terhadap Minat Konsumen Dalam Berlangganan Netflix Pasca Pandemi.

METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini menggunakan metode kualitatif serta menggunakan studi literature/ Library Research. Mengolah dan menganalisis sumber referensi buku, artikel, jurnal maupun sumber dari internet lainnya khususnya dalam lingkup pemasaran. Semua referensi/ daftar rujukan yang ada di artikel ini di kutip melalui mendeley, google scholar dan referensi lainnya.

HASIL PENELITIAN

Artikel ini membahas dan menganalisis mengenai variabel-variabel Pemasaran yaitu: Harga terhadap Minat Konsumen. Dimana harga berpengaruh terhadap Minat Konsumen. Berikut riset artikel yang sudah ada dan sangat relevan dengan artikel ini adalah:

Gambaran Umum Objek Penelitian

Pandemi COVID-19 membawa pengaruh yang besar pada berbagai sektor terutama menerpa industri hiburan. Masyarakat tidak bisa melakukan aktivitas seperti biasanya, semua hal yang dilakukan beralih kondisi menjadi serba online seperti mengerjakan pekerjaan, sekolah, beribadah, dan menghabiskan banyak waktu di dalam rumah. Oleh karena itu, masyarakat mencari sarana menghibur diri dari kebosanan yang dirasakan dengan menonton film tanpa pergi ke bioskop. Penggunaan Netflix menjadi sebuah new habits atau kebiasaan baru dalam menikmati film-film terbaru baik lokal maupun internasional. Dengan gawai telepon pintar menjadikan streaming Video on Demand (SvOD) sebagai alternatif baru pengalaman menonton bioskop di genggalamn tangan, tanpa harus ke bioskop konvensional (Djamzuri & Mulyana, 2022).

Menurut Kotler (2013:151) dalam penelitian yang dilakukan oleh (Korowa et al., 2018) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen atas apa yang mereka terima. Harga yang ditawarkan Netflix terbilang cukup tinggi dibandingkan VOD sejenisnya, tetapi pertumbuhan pelanggan

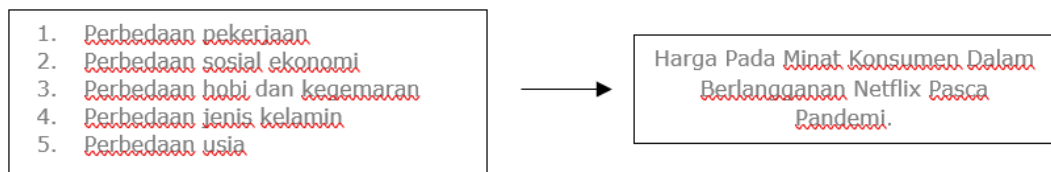
Netflix tumbuh pesat tercatat setiap tahunnya Netflix mengalami pertumbuhan pelanggan, pada tahun 2017 pelanggan aktif di Indonesia mencapai 94,98 ribu dan terus meningkat signifikan yakni sebesar 806,8 persen pada tahun 2020 (Survei Nakono, 2020). Hal ini dikarena pembatasan sosial saat pandemi COVID-19 berlangsung. Persaingan antar layanan streaming semakin memanas. Par Januari 2021, Netflix adalah platform dengan pelanggan terbanyak keempat, dengan 850 ribu pelanggan. Netflix masih merupakan layanan paling populer di dunia. Namun angka penurunan pelanggan rilis 3 bulan setelah harga sahamnya menurun. Banyak hal yang memicu Netflix kehilangan pelanggan selain harga yang tinggi Netflix terus merilis film tanpa memikirkan kualitas filmnya (Netflix: Mengapa Banyak Orang Berhenti Berlangganan Layanan Streaming Ini, 2022).

Analisis Harga Memengaruhi Minat Konsumen Dalam Berlangganan Netflix

Harga dapat memengaruhi minat konsumen dalam berlangganan Netflix. Tahun ini Netflix memiliki permasalahan yang begitu berat. Netflix sudah kehilangan 1,2 juta pelanggan. Jumlah pelanggan Netflix diperkirakan akan terus menurun beberapa waktu ke depan. Harga berlangganan Netflix yang cukup tinggi dari layanan streaming sejenis menjadi alasan konsumen berhenti berlangganan dan beralih ke VoD lain. Alasan lainnya tidak ada film atau series yang ingin ditonton karena kualitas program beberapa mengalami penurunan. Meski demikian Netflix tetap menjadi primadona layanan streaming di dunia (Caroline Saskia, 2022).

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Konsumen Dalam Berlangganan Netflix

Banyak faktor yang mempengaruhi harga pada minat konsumen dalam berlangganan Netflix Pasca Pandemi, seperti perbedaan pekerjaan, perbedaan sosial ekonomi, perbedaan hobi dan kegemaran, perbedaan jenis kelamin, perbedaan usia berdasarkan penelitian (Malia & R, n.d.).



Gambar 5. Faktor-faktor yang memengaruhi harga pada minat konsumen dalam berlangganan Netflix pasca pandemi

KESIMPULAN

Pandemi COVID-19 melanda dunia yang telah membawa perubahan ke berbagai sektor tak kecuali melanda industri perfilman. Kasus COVID-19 yang saat itu tidak kunjung usai masyarakat akhirnya mencari media hiburan yang mudah diakses tanpa harus beraktifitas di luar. Netflix adalah layanan Video on Demand (VOD) yang menawarkan perfilman baik nasional bahkan internasional. Netflix menghadirkan kemudahan bagi masyarakat. Konsumen berani mengeluarkan uang untuk mencari hiburan dengan berlangganan Netflix untuk mengisi waktu luangnya. Peningkatan jumlah pelanggan Netflix meningkat signifikan khususnya saat pandemi COVID-19 dari tahun 2019-2022. Hal ini dikarenakan banyak orang yang menghabiskan waktunya menonton streaming video ketika pembatasan sosial terjadi. Namun meningkatnya persaingan bisnis pada layanan streaming sejenis menyebabkan Netflix mengalami penurunan yang sangat drastis, banyak faktor penyebabnya salah satunya adalah harga paket berlangganan yang mahal yang mampu memengaruhi minat konsumen dalam berlangganan Netflix. Banyak faktor yang memengaruhi harga pada minat konsumen dalam berlangganan Netflix diantaranya seperti perbedaan pekerjaan, perbedaan sosial ekonomi, perbedaan hobi, perbedaan jenis kelamin dan perbedaan usia (Malia & R, n.d.).

DAFTAR PUSTAKA

Alif Karnadi. (2022a). *Ini Daftar Harga Streaming Video dari Netflix hingga HBO GO*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/ini-daftar-harga-streaming-video->

dari-netflix-hingga-hbo-go

- Alif Karnadi. (2022b). *Rentang Harga Langganan Platform Streaming Video per Bulan*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/ini-daftar-harga-streaming-video-dari-netflix-hingga-hbo-go>
- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., Roring, F., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square the Effect of Ad Attractiveness and Discounts on Consumer Buying Interest on Matahari Departement Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1781–1792.
<https://media.neliti.com/media/publications/131371-ID-none.pdf>
- Annur, C. M. (2022). *Aplikasi Video on Demand (VoD) Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/netflix-aplikasi-video-on-demand-paling-favorit-di-indonesia>
- Caroline Saskia. (2022). *Pelanggan Netflix Diprediksi Semakin Berkurang, Mahalnya Harga Paket Jadi Penyebab*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/09/26/11450017/pelanggan-netflix-diprediksi-semakin-berkurang-mahalnya-harga-paket-jadi?page=all>
- Cindy Mutia Annur. (2022). *Aplikasi Video on Demand (VoD) Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. Databooks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/netflix-aplikasi-video-on-demand-paling-favorit-di-indonesia>
- Della Hilia Anriva. (2021). *MENYIKAPI KEADAAN DAN ISU EKONOMI SELAMA PANDEMI*. <https://feb.umri.ac.id/menyikapi-keadaan-dan-isu-ekonomi-selama-pandemi/>
- Dharasta, A. (2017). Pengaruh penetapan harga dan promosi terhadap tingkat penjualan tiket (studi kasus pada jasa travel agent di wilayah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 10(2), 48–57.
- Djamzuri, M. I., & Mulyana, A. P. (2022). Fenomena Netflix Platform Premium Video Streaming membangun kesadaran cyber etik dalam perspektif ilmu komunikasi. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1), 2247–2254. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.2804>
- Fatimah Kartini Bohang. (2016). *Akhirnya Masuk Indonesia, Netflix Itu Apa?* Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2016/01/07/13085347/Akhirnya.Masuk.Indonesia.Netflix.Itu.Apa>
- Faustinus Nua. (2021). *Terdampak Pandemi, Industri Film Indonesia Harus Diselamatkan*.
- Febrina, D. (2021). *Eko dan Bisnis (Riau Economics and Business Review) Volume 12, Nomor 2, 27 Juni 2021*. file:///C:/Users/USER/Downloads/331-772-1-SM.pdf
- Hidayati, N. (2022). Pengaruh e-service quality dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 1–7.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.
- Kosanke, R. M. (2019). 済無No Title No Title No Title. 2, 1–12.
- Layanan, P. K., Dan, K. P., Bisnis, I., & Kian, K. (2017). *EIGHT DEGREES SOUTH RESTAURANT*.
- Malia, Y. N., & R, G. N. K. M. (n.d.). *PANDEMI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Monavia Ayu Rizaty. (2022). *Jumlah Pelanggan Berbayar Netflix (Q4 2019 - Q4 2021)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/24/pelanggan-netflix-dunia-capai-22184-juta-pada-kuartal-iv-2021>
- Netflix: Mengapa banyak orang berhenti berlangganan layanan streaming ini.* (2022). Bbc.Com. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/ce9j1y811v2o#:~:text=Di Indonesia%2C persaingan antar layanan,dengan jumlah 850 ribu pelanggan>

- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Saori, R. F. (2018). *Pemanfaatan Streaming Media Netflix saat Pandemi*. 96–99.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/viewFile/4870/pdf>
- Selly. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Metal Makmur Mandiri. *Skripsi*, 13. [http://repositori.buddhidharma.ac.id/767/1/SKripsi Full Bab 1-5.pdf](http://repositori.buddhidharma.ac.id/767/1/SKripsi%20Full%20Bab%201-5.pdf)
- Survei Nakono. (2020). *Estimasi pelanggan streaming aktif Netflix Indonesia, 2017-2020*. Lokadata.Beritagar.Id. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/estimasi-pelanggan-streaming-aktif-netflix-indonesia-2017-2020-1565341046>
- Suryanto. (2020). *Layanan "streaming", tantangan dan peluang perfilman Indonesia*. Kantor Berita Indonesia. <https://www.antaraneews.com/berita/1776245/layanan-streaming-tantangan-dan-peluang-perfilman-indonesia>
- UNDIP, K. (2021). *PANDEMI COVID-19 BELUM BERAKHIR! MAHASISWA KKN TIM I UNIVERSITAS DIPONEGORO MEMBANTU PENDAMPINGAN DIGITALISASI DAN PEMASARAN UMKM BATIK DI DUKUH PILANG*. KKN UNDIP. <https://kkn.undip.ac.id/?p=298818>
- Vika Azkiya Dihni. (2022). *Jumlah Pelanggan Netflix (Q2 2021-Q2 2022)*. Databooks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/23/pelanggan-netflix-berkurang-hingga-970-ribu-di-kuartal-ii-2022>
- Yosepha Pusparisa. (2020a). *Pelanggan Netflix Naik 15,8 Juta di Tengah Pandemi Covid-19*. Databooks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/04/24/pelanggan-netflix-naik-158-juta-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Yosepha Pusparisa. (2020b). *Saat Bioskop Tak Beroperasi, Ini Hiburan Pilihan Masyarakat*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/saat-bioskop-tak-beroperasi-ini-hiburan-pilihan-masyarakat>