

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

- APJII. (2015). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta: Puskakom UI.
- Farid, Muhammad. (2018). *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Pratama, Hellen Chou. (2012). *Cyber Smart Parenting*. Bandung: PT. Visi Anugerah Indonesia
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Kuswarno, E. (2009). *Metedologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- McQuail, D. &. (1993). *Communication Models: For the study of Mass Communication*. Published 2013 by Routledge. <https://libgen.is/>. Diakses Januari 2020
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rustanto, Bambang. (2015). *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2013). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Walgito, Bimo. (2004). *Psikologi Sosial : Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset.

### **Jurnal & Skripsi**

- Fauzi. (2018). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Pemberian Intensif Terhadap Kepuasan Kerja Perawat Di Rumah Sakit Umum Daerah Cibabat Cimahi*. Skripsi. Universitas Pasundan Bandung. Diambil kembali dari <http://repository.unpas.ac.id/36966/1/8.%20%20BAB%20II%20SKRIPSI.pdf>. Diakses Februari 2020

- Flayelle, P. M. *Et al.* (2018). Time for a Plot Twits: Beyond Confirmatory Approaches to Binge-Watcing Research. *Psychology of Popolar Media Culture*, pp. 1-15.
- Hasbiansyah, O. (2019). *Pendekatan Fenomenologi : Pengantar Praktik Penelitian dalam Penelitian Ilmu Sosial dan Komunikasi*. Mediator, Vol. 9 No. 1 Juni 2019, pp. 163-180.
- Helaluddin. (2018). *Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Diambil kembali dari researchgate.net: [https://www.researchgate.net/publication/323600431\\_Mengenal\\_Lebih\\_Dekat\\_dengan\\_Pendekatan\\_Fenomenologi\\_Sebuah\\_Penelitian\\_Kualitatif/link/5a9f7e9f45851543e6343f74/](https://www.researchgate.net/publication/323600431_Mengenal_Lebih_Dekat_dengan_Pendekatan_Fenomenologi_Sebuah_Penelitian_Kualitatif/link/5a9f7e9f45851543e6343f74/)*. Diakses Maret 2020
- Jenner, M. *Et al.* (2016). Is This TVIV? on Netflix TVIII and Binge -Watching. *New Media and Sciety*, pp. 257-273.
- Jufri, Musfita. (2012). *Perilaku Komunikasi Pengguna Jejaring Social Path (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo Kendari)*. Jurnal. Universitas Halu Oleo Kendari.
- Kompare, D. (2002). I've seen this One Before: The Construcstion of 'Classic TV' on Cable Television. *Big Ideas: Television in the 1950s, Janet Thumin*, pp. 19-34.
- Malo, B. U. *Et al.* (2017). Analyzing the ways IT has changed our TV consumption: BInge Watching and Marathon Watching. *Thirty eight International Conference on System*, pp. 1-16.
- Panda, S. dan Pandey, S. C. (2017). *Binge watching and college students: motivations and outcomes*. Young Consumers, Vol. 18 No. 4, pp. 425-438. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2017-00707>. Diakses februari 2020
- Pangestu, Gusnawanda Helmy. (2019). *Analisis Behavioral Involvement Pada Binge Watching (Studi Layanan Video-On-Demand Netflix)*. Skripsi. Universitas Airlangga Surabaya.
- Ratna, D. D. (2013). *Analisis Terhadap Pelanggan Internet di Wilayah Surabaya Timur dengan Menggunakan Regresi Logistik Biner 2013*.
- Srdan Krstić. (2018). *Binge-Watching : The New Way of Watching TV Series*. AM Journal, No. 17, pp. 15-23
- Steiner, K. X. (2018). Binge-watching motivates change: Uses and Gratifications of Streaming Video Viewers Challenge Traditional TV Research. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, pp. 1-20.

Syahreza, M. Fachri dan Tanjung, Irwan S. (2018). *Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed*. Jurnal Interaksi, Volume : 2, Nomor : 1, Edisi Januari 2018, pp. 61-84

### Non Buku

Baker, B. (2016). *Infrequently Asked Questions: Why do we binge-watch?*. Phillyvoice.com. Diambil kembali dari <https://www.phillyvoice.com/infrequently-asked-questions-why-do-we-binge-watch/> . Diakses Februari 2020

Babur, Oset. (2018). *Binge-Watching Everything Is Messing With Our Heads*. Vice.com. diambil dari [https://www.vice.com/en\\_us/article/zmwbzj/binge-watching-netflix-affects-mind](https://www.vice.com/en_us/article/zmwbzj/binge-watching-netflix-affects-mind). Diakses 24 Juni 2020

Burks, R. (2020). *Binge-Watching Addiction Being Treated In The UK For First Time*. screenrant.com. Diambil kembali dari <https://screenrant.com/binge-watching-addiction-treatment-uk-netflix/>. Diakses April 2020

Iza, D. R. (2011). *Video Streaming*. Diambil kembali dari <https://docplayer.info/41577616-Video-streaming-pengertian-video-streaming.html>. Diakses Maret 2020

Jawapos.com. (2020). Menkominfo: Kecepatan Rata-Rata Internet Indonesia 30 Mbps pada 2035. Diambil dari <https://www.jawapos.com/oto-dan-teknologi/20/11/2019/menkominfo-kecepatan-rata-rata-internet-indonesia-30-mbps-pada-2035/>. Diakses 23 Juni 2020

Kominfo. (2018). Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband. Jakarta. Diambil kembali dari [https://www.kominfo.go.id/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran\\_pers](https://www.kominfo.go.id/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers). Diakses April 2020

Littleton, C. (2014). *“Linear TV Watching Down, Digital Viewing Up in Nielsen’s Q3 Report”*, Variety. Diambil kembali dari <http://variety.com/2014/tv/news/linear-tv-watchingdown-digital-viewing-up-innielsens-q3-report-1201369665/>. Diakses Januari 2020

Netflix. (2013). *Netflix Declares Binge Watching is the New Normal*. <https://media.netflix.com/en/press-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal/>. Diakses Februari 2020

- Nielsen. (2016). *Gen Z: Konsumen Potensial Masa Depan*. Diambil kembali dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2016/gen-z-konsumen-potensial-masa-depan/>. Diakses 17 Juli 2020
- Oxford Dictionaries. (2013). *Word of the Year 2013: Runners-up*. Diambil kembali dari OxfordDictionaries.com: <http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-- of-- the-- year-- runners-- up/>. Diakses Januari 2020
- Paraibologo. (2014). *Television Format & Style Standards*. Diambil kembali dari the black list: [https://blcklst.com/help/tv\\_script\\_standards.pdf](https://blcklst.com/help/tv_script_standards.pdf). Diakses Maret 2020
- Silalahi, Mariana. (2017). *Konsumsi Media Gen Z*. Diambil kembali dari <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/konsumsi-media-gen-z/>. Diakses 17 Juli 2020
- Yourdictionary. (t.thn.). Diambil kembali dari <https://www.yourdictionary.com/tv-series>. Diakses Februari 2020