

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor industri perfilman global mengalami transformasi yang signifikan pasca-pandemi COVID-19. Kebijakan pembatasan sosial di berbagai negara mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat, yang kini lebih memilih mengakses konten melalui platform digital (Lai, 2021). Dalam konteks ini, *Over-The-Top (OTT)* menjadi kanal utama distribusi konten hiburan di era digital, dengan salah satu bentuk layanannya yaitu *(Subscribed) Video-on-Demand (SVOD)*. Platform seperti HBO Max, Netflix, Disney+, dan Amazon Prime Video merupakan contoh layanan OTT berbasis langganan yang mendominasi pasar global. Dominasi platform *streaming* menandai adanya pergeseran industri perfilman dari distribusi konvensional menuju ekosistem digital yang terintegrasi. Beberapa platform hanya berfungsi sebagai saluran distribusi, sementara yang lain berperan sebagai *lead firm* dalam *global value chain*, yang memiliki kendali strategis atas jaringan produksi dan seluruh rantai nilai dalam kerangka *global value chain*, seperti memengaruhi arah produksi, strategi pemasaran, dan model bisnis konten (Gereffi & Korzeniewicz, 1994) (Chalaby, 2024).

Tabel 1.1 Tingkat Kepuasan *Platform SVoD* Tahun 2022

Peringkat	SVoD	Tingkat Kepuasan
-----------	------	------------------

1	HBO Max	94%
2	Disney+	88%
3	Hulu	87%
4	Netflix	80%

Sumber : (Whip Media, 2022)

Catatan: Dirangkum dan disajikan kembali oleh penulis

Berdasarkan data Whip Media (2022), tingkat kepuasan pengguna terhadap berbagai platform SVoD pada tahun 2022 menunjukkan variasi yang signifikan. HBO Max menempati posisi tertinggi dengan tingkat kepuasan 94%, diikuti Disney+ (88%), Hulu (87%), dan Netflix (80%) (tabel 1.1). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun seluruh platform mampu memenuhi kebutuhan hiburan digital, terdapat perbedaan preferensi pengguna yang dipengaruhi oleh kualitas konten, kemudahan penggunaan, serta fitur yang ditawarkan masing-masing platform (Karmelia & Dahlan, 2024). Dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna sekaligus memperluas jangkauan audiens global, platform SVoD menerapkan strategi produksi konten yang lebih beragam dan memperluas jaringan kolaborasi internasional. Strategi ini tercermin melalui keterlibatan berbagai negara dalam proses produksi, *commissioning*, dan distribusi konten. Disney+ misalnya, telah berhasil menjangkau audiens global, meskipun sekitar 40% basis pelanggannya masih terkonsentrasi di Amerika Serikat (AS) dan Kanada (Shafer, 2023).

Sejak tahun 2020, Netflix memperkuat produksi internasional dengan melakukan *commissioning* konten di 44 wilayah dan menginvestasikan sekitar USD 2,5 miliar untuk konten Korea Selatan selama empat tahun, menempatkan produksi non-Amerika sebagai inti strategi pertumbuhan globalnya (Wan, 2023).

Sementara itu, HBO sebagai bagian dari Warner Bros.Discovery, menerapkan strategi ekspansi lintas batas negara yang tidak hanya *Western-centric*. Layanan ini telah beroperasi di lebih dari 90 pasar global, termasuk 14 wilayah di Asia-Pasifik, yang mencerminkan jaringan produksi yang kompleks dan terintegrasi (The Business Times, 2025). Fenomena ini menunjukkan ekspansi global platform SVoD mendorong terciptanya konten yang tidak hanya terbatas pada lingkup berorientasi Barat, tetapi juga mampu merepresentasikan budaya dan narasi lokal di kawasan Asia.

HBO tidak hanya menjalankan perannya yang terfokus sebagai platform distribusi, tetapi juga menjalankan peran lainnya menjadi aktor utama yang mengendalikan proses produksi, sehingga secara fungsional menempatkannya sebagai *lead firm* dalam industri film global. Transformasi layanan *streaming* menunjukkan bahwa platform besar tidak sekadar mendistribusikan konten, melainkan juga mengatur rantai nilai kreatif yang mempengaruhi kepemilikan, pengendalian distribusi dan keberhasilan layanan secara keseluruhan (Chalaby, 2024). Sejak lama, HBO dikenal sebagai produsen serial premium berkualitas tinggi melalui karya-karya seperti *The Sopranos*, *Boardwalk Empire*, dan *Barry*. *The Sopranos* menggambarkan drama mafia di New Jersey dengan daya tarik universal namun tetap berakar pada budaya AS (Polan, 2009). Sementara *Boardwalk Empire* menampilkan nilai produksi tinggi melalui latar *Prohibition Era* di Atlantic City (Akass & McCabe, 2018). Adapun *Barry*, meskipun memiliki format dan nuansa berbeda, mencerminkan proses globalisasi televisi Amerika yang berhasil menembus berbagai pasar internasional.

Serial produksi HBO umumnya merepresentasikan orientasi *Western-centric*, baik dari segi latar, narasi, maupun proses produksinya. Selama beberapa dekade, industri film global didominasi oleh sistem *Western-centric*, di mana produksi, pendanaan, dan distribusi dikendalikan oleh perusahaan besar seperti Warner Bros., Netflix dan Disney (Scott, 2004) (Miller et al., 2004). Namun, fenomena *Asian cultural rise* atau kebangkitan kepopuleran budaya Asia dalam satu dekade terakhir menandai pergeseran arah rantai nilai industri kreatif global, dengan meningkatnya produksi lintas negara, yang melibatkan unsur Asia, baik lokasi, budaya, maupun tenaga kreatif (Iwabuchi, 2015).

Menanggapi tren tersebut, HBO menerapkan strategi ekspansi yang tidak lagi sepenuhnya *Western-centric*, tetapi mengintegrasikan sumber daya dan jaringan produksi di Asia Tenggara. Hal ini tercermin dalam serial *The White Lotus Season 3*, yang memanfaatkan momentum pariwisata Thailand sekaligus melibatkan aktor dan kru Asia sebagai bagian dari proses produksinya (Variety, 2024). Di bawah naungan Warner Bros. Discovery, serial garapan Mike White ini menunjukkan kompleksitas jaringan lintas negara serta keberhasilan komersial yang signifikan, dengan peningkatan jumlah penonton hingga 155% pada musim ketiga dibandingkan musim pertama (Manfredi, 2025) (Seitz, 2025).

Tabel 1.2 Performa Penayangan Perdana dan Rata-rata Penonton serial *The White Lotus*

Season	Jumlah Penonton (Pemutaran Perdana)	Rata-rata Penonton	Tahun Rilis
1	944 ribu	9,3 juta	11 Juli 2021
2	1,5 Juta	15,5 juta	30 Oktober 2022
3	2,4 Juta	15,5 - 18 juta	16 Februari 2025

Sumber: (*ScreenRant*, 2025)

Catatan : Dirangkum dan ditulis ulang oleh penulis

Menurut *ScreenRant* (2025), serial *The White Lotus* musim 3 mencatat perkembangan signifikan dibanding musim sebelumnya. HBO melaporkan penayangan perdananya mencapai 2,4 juta penonton, meningkat 57% dari season 2 (1,5 juta) dan 155% dari season 1 (944.000). Antusiasme publik ini menegaskan posisi yang kuat serial tersebut, dengan rata-rata 9,3 juta penonton per episode di musim pertama dan 15,5 juta penonton di musim kedua. Bahkan season 3, berhasil menggandakan jumlah penonton musim sebelumnya hanya dalam 36 jam setelah rilis yaitu sekitar 15,5 juta - 18 juta penonton (Foster & Glazebrook, 2025). Peningkatan signifikan musim ketiga ini tidak terlepas dari strategi kreatif dan keputusan produksi yang telah dipertimbangkan sejak akhir 2022, termasuk pemilihan Thailand sebagai lokasi utama (Variety, 2024). Proses perencanaan dan peninjauan lokasi telah dimulai sebelum produksi berlangsung, dengan Thailand kemudian ditetapkan sebagai lokasi syuting yang mencakup Four Season Resort Koh Samui, Phuket, dan Bangkok (Kliest & Taylor, 2025).

Dibandingkan dengan serial produksi SVoD lainnya, serial *The White Lotus Season 3* yang diproduksi oleh HBO menempati posisi menarik untuk dikaji dalam konteks globalisasi industri kreatif. Minimnya kajian akademik yang secara spesifik membahas HBO (berbeda dengan Netflix yang telah banyak diteliti (Lobato, 2019) (Jenner, 2018)) menjadikan penelitian ini memiliki nilai kebaruan. Selain itu, tingkat kepuasan pengguna HBO yang tinggi memperlihatkan keberhasilan platform ini dalam menarik audiens lintas batas negara (Ganatra, 2022). Secara khusus, jaringan produksi serial *The White Lotus Season 3* yang

melibatkan kolaborasi dengan perusahaan dan tenaga kerja lokal di Asia, terutama Thailand, mencerminkan pergeseran dalam praktik industri film global yang selama ini *Western-centric* (Scott, 2004). Produksi ini juga merepresentasikan tren kebangkitan budaya Asia melalui pemanfaatan potensi pariwisata regional dan integrasi nilai-nilai lokal ke dalam produksi global (Iwabuchi, 2015).

Adapun penelitian yang sebelumnya telah diuji dan disajikan kepada umum, dipilih oleh penulis berdasarkan kesesuaian untuk menjadi rujukan tinjauan literatur. Pertama, jurnal, *Over the Top: The Rise of Streaming and the Television Industry Value Chain*, yang membahas transformasi pada industri perfilman konvensional, khususnya televisi, seiring dengan munculnya layanan streaming dan bagaimana perubahan itu mempengaruhi rantai nilai industri televisi (*value chain*) (Garthwaite et al., 2023). Kedua, terdapat jurnal dari *City, University of London Institutional Repository* yang berjudul *The streaming industry and the platform economy: An analysis* (Chalaby, 2024). Penelitian ini menganalisis bagaimana platform streaming mengubah dinamika produksi-distribusi televisi dengan menggabungkan literatur perspektif *platform economy* melalui teori rantai nilai global, tanpa melakukan pemetaan pada level produk audio visual tertentu. Sehingga penelitian yang dilakukan oleh penulis, mengisi kekosongan dengan menerapkan kerangka *Global Film Value Chain* secara mendalam sesuai studi kasus.

Terakhir, terdapat jurnal dengan judul “Pemetaan *Global Film Value Chain Marvel Entertainment* Pada Produksi Serial Ms Marvel Tahun 2020-2022”, yang membahas bagaimana rantai nilai yang memengaruhi jaringan produksi serial Ms.

Marvel yang dipetakan dengan menggunakan rumusan konsep *Global Film Value Chain* (Sinaga & Purbantina, 2024). Penelitian ini dijadikan sebagai salah satu tinjauan terdahulu karena memiliki keterkaitan yang relevan dengan fokus kajian mengenai *The White Lotus Season 3*, karena menggunakan kerangka konseptual yang sama dengan penelitian ini, yaitu konsep *global film value chain*. Namun, karakteristik model platform produksi yang berbeda, menciptakan gap penelitian dalam menganalisis studi yang mengaplikasikan *Global Film Value Chain* pada produksi HBO. Berdasarkan jurnal rujukan terdahulu yang digunakan penulis sebagai acuan, penelitian ini mengisi kekosongan dengan memetakan *Global Film Value Chain* dalam konteks platform HBO dalam memproduksi serial *The White Lotus Season 3*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan sajian latar belakang yang telah dirumuskan oleh penulis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “**Bagaimana pemetaan *Global Film Value Chain* pada serial *The White Lotus Season 3* oleh HBO pada tahun 2022- 2025?**”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian Umum

Secara umum, penelitian ini disusun sebagai langkah yang ditempuh oleh penulis dalam memenuhi persyaratan kelulusan dalam tahapan memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Hubungan Internasional, yang berada di bawah naungan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Tujuan Penelitian Khusus

Secara khusus, penelitian ini ditulis untuk membahas bagaimana pemetaan *Global Film Value Chain* yang dilakukan pada serial *The White Lotus Season 3* oleh HBO. Yang mana pada penerapannya melibatkan aktor sekaligus aktivitas lintas batas negara. Sehingga penerapan strategi yang digunakan oleh HBO membentuk suatu rantai nilai global dalam memasarkan serial *The White Lotus Season 3* di pasar global.

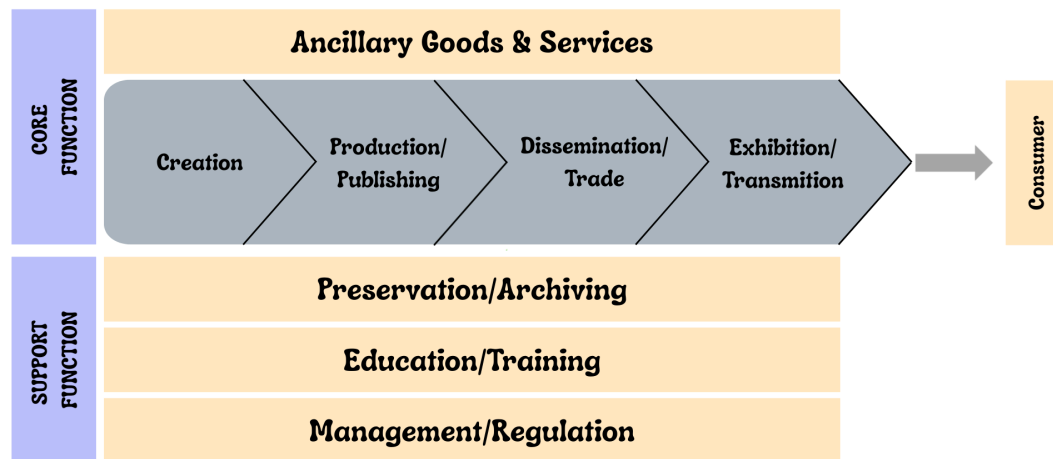
1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 Global Value Chain

Dalam bukunya yang berjudul *Global Value Chain Analysis: A Primer (Second Edition)*, Gary Gereffi berpendapat bahwa adanya globalisasi merubah struktur industri konvensional menjadi suatu jaringan rantai nilai global atau *Global Value Chain* dalam persaingan ekonomi internasional. Menurut Gereffi,

Global Value Chain merupakan suatu rantai jaringan produksi yang saling berkaitan dan mencakup seluruh tahapan suatu perusahaan dalam menentukan konsepsi awal sebuah produk menjadi produk jadi (Gereffi & Fernandez-Stark, 2016). Dengan adanya kerangka *Global Value Chain*, memungkinkan adanya pemahaman dan strategi baru dalam ekonomi internasional mengenai bagaimana industri global terorganisir dengan aktor dan aktivitas lintas batas negara yang kompleks. Aktivitas tersebut meliputi tahapan dalam memperkenalkan suatu produk ke pasar internasional, mulai dari penelitian dan pengembangan, desain, produksi, pemasaran, distribusi hingga dukungan pelayanan pasca-penjualan produk sampai ke tangan konsumen, yang tersebar di berbagai negara dan terhubung melalui jaringan pasar lintas batas negara.

1.4.2 Global Creative Value Chain



Gambar 1.1 Konsep *Global Value Chain*

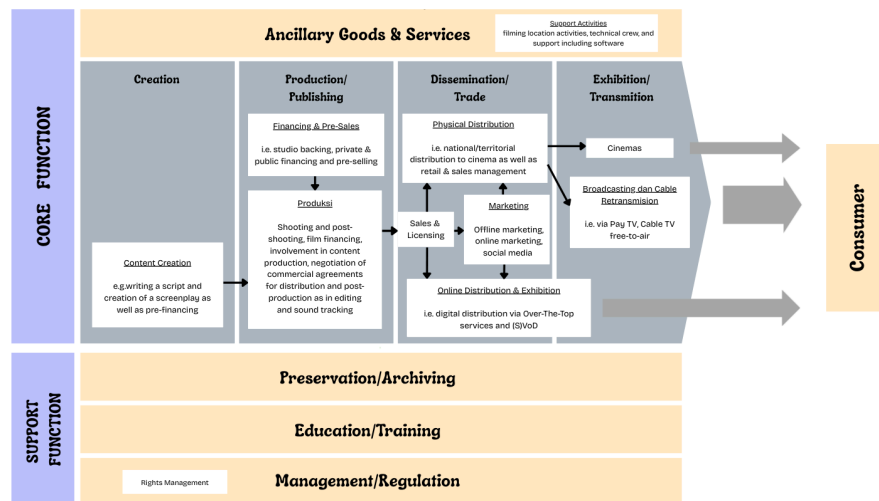
Sumber: (De Voldere et al., 2017)

Catatan: Disajikan kembali oleh penulis merujuk pada sumber

Global Creative Value Chain bukan merupakan gagasan yang sepenuhnya baru, melainkan hasil pengembangan dari teori *Global Value Chain* yang sebelumnya diperkenalkan oleh Gary Gereffi. Dalam pengembangan teorinya,

Isabelle De Voldere menyoroti adanya pergeseran fokus analisis rantai nilai global, dari yang semula berpusat pada industri manufaktur menuju karakteristik yang lebih khas pada sektor kreatif dan budaya di era digital dan globalisasi, seperti industri film, musik, desain dan game. Dengan demikian, kemunculan konsep *Global Creative Value Chain* dapat dipahami sebagai respons terhadap dinamika dan tantangan baru dalam ekonomi kreatif global (De Voldere et al., 2017).

1.4.3 Global Film Value Chain



Gambar 1.2 Konsep *Global Film Value Chain*

Sumber: (De Voldere et al., 2017)

Catatan: Disajikan kembali oleh penulis merujuk pada sumber

Konsep *Global Film Value Chain*, dapat dipahami sebagai salah satu derivasi dari kerangka *Global Creative Value Chain* dalam konteks industri kreatif yang sebelumnya sudah di kembangkan oleh De Voldere (2017). Sebagai salah satu turunan, *Global Film Value Chain* memiliki karakteristik sendiri yang membedakannya dengan setiap subsektor industri kreatif lainnya. Dalam konteks

industri film, *Global Film Value Chain* berfungsi sebagai kerangka analisis yang memetakan seluruh rangkaian produksi, sejak tahap awal perancangan ide atau konsepsi hingga distribusi dan konsumsi film secara global (De Voldere et al., 2017). Dalam sektor perindustrian kreatif, industri film merupakan salah satu industri kreatif dengan tingkat risiko yang tergolong tinggi dengan sangat padat modal.

Beberapa rumah produksi di Amerika Serikat menerapkan model bisnis tradisional dengan sistem *all-in-house*. Yang artinya, suatu rumah produksi memegang tanggung jawab yang tergolong besar pada elemen rantai nilai (*value chain*), dimulai dengan penciptaan (yang disebut *development* dalam sektor ini), produksi, hingga penyebaran (termasuk pemasaran dan distribusi). Model bisnis tradisional untuk distribusi film ini berpusat pada konsep "*ekploitation windows*", yang berarti terdapat periode waktu eksklusif pada beberapa wilayah pasar tertentu untuk memungkinkan adanya komersial berulang atas hak kekayaan intelektual film guna memaksimalkan pendapatan (De Voldere et al., 2017). Dalam konsep *Global Film Value Chain*, terdapat dua pemetaan dalam menganalisis rantai nilai global, yaitu; *core function* dan *support function*.

1.4.3.1 Core Function

Merujuk pada konsep yang dirumuskan oleh De Voldere et al. (2017), *core function* dalam konsep *Global Film Value Chain* diklasifikasikan menjadi empat tahapan utama, meliputi: (1) *creation*; (2) *production/publishing*; (3) *dissemination/trade* dan (4) *exhibition/transmission*. Pertama, tahap *creation*

merupakan tahapan awal yang berkaitan langsung dengan penciptaan nilai kreatif (*creative value creation*). Dalam industri film, tahapan ini disebut sebagai tahap “*development*” (De Voldere et al., 2017). Melalui tahapan ini terdapat seluruh proses yang menghasilkan ide, narasi, dan rancangan awal lainnya. Dalam tahapan ini, dirumuskan pula pendanaan pengembangan atau *development funding* yang dimulai untuk proses pembiayaan produksi. Yang menjadi catatan, sumber pendanaan pada tahap pengembangan ini berbeda dengan dana produksi. Karena industri film merupakan industri kreatif dengan padat modalnya, sebagian besar pengamanan pendanaan film harus dilakukan di awal. *Pre-sales* ini merujuk pada proses dimana film dijual terlebih dahulu sebelum diproduksi dengan tetap memperhatikan wilayah-wilayah tertentu, yang kemudian akan mengomersilkan film tersebut melalui berbagai saluran distribusi (De Voldere et al., 2017).

Kedua, tahap *production/publishing* merupakan tahap lanjutan dari *creation* yang mencakup proses pengambilan gambar (*shooting*) dan pasca produksi (*post-shooting process*) dalam pembuatan film (De Voldere et al., 2017). Dalam tahapan ini melibatkan rangkaian aktor dan aktivitas yang panjang selama proses produksi, seperti; rumah produksi film, sutradara, *cast*, kru teknis (seperti tim pencahayaan, audio, efek visual, dan lainnya), serta tim editor. Dalam tahap ini, produser memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan proses produksi. Di mana produser memiliki tanggung jawab dalam menjaga hubungan baik seluruh rekan tim kreatif, sehingga terjalin hubungan profesional yang solid. Pondasi internal yang kuat, membantu mempertahankan eksistensi produksi dalam rantai nilai, sehingga menjadi penopang kuat dalam menyeimbangkan

risiko investasi yang tinggi bagi investor dalam industri film (De Voldere et al., 2017).

Ketiga, tahap *dissemination/trade* merupakan tahapan yang dilakukan setelah seluruh rangkaian produksi terselesaikan. Pada tahapan ini, karya dari industri kreatif film yang telah selesai akan dilisensikan secara internasional (De Voldere et al., 2017). Produser mencoba untuk memberikan tanggung jawab kepada mitra penjualan untuk melakukan negosiasi dengan distribusi nasional yang tersebar di beberapa titik wilayah negara. Sehingga para distributor ini memperoleh akses terhadap film setelah membayar lisensi dan mendapatkan hak siar eksploitasi film dalam jangka waktu tertentu. Pada pergeseran menuju era digital ini, strategi pemasaran tentu berubah signifikan. Di mana tim produksi mulai secara aktif memanfaatkan media *streaming* menjadi salah satu sasaran dalam memperluas pasar global.

Keempat, tahap *exhibition/transmission* merupakan tahapan di mana produser memfasilitasi konsumen untuk dapat menikmati setiap karya dari industri kreatif film yang sudah diproduksi dari rumah produksi secara resmi (De Voldere et al., 2017). Adapun jenis media yang tergolong fasilitator bagi produser film untuk memberikan maupun menyalurkan akses yang resmi dan legal kepada konsumen, meliputi; bioskop, penjualan DVD/VHS dan penayangan di platform siaran lainnya. Namun, seiring pergeseran digital yang terjadi, banyak aktor-aktor baru dalam segmen industri yang telah mengubah struktur distribusi, yaitu (*Subscribed*) *Video-on-Demand (SVOD)* dan *Over-The-Top (OTT)* dalam rantai nilai film (De Voldere et al., 2017).

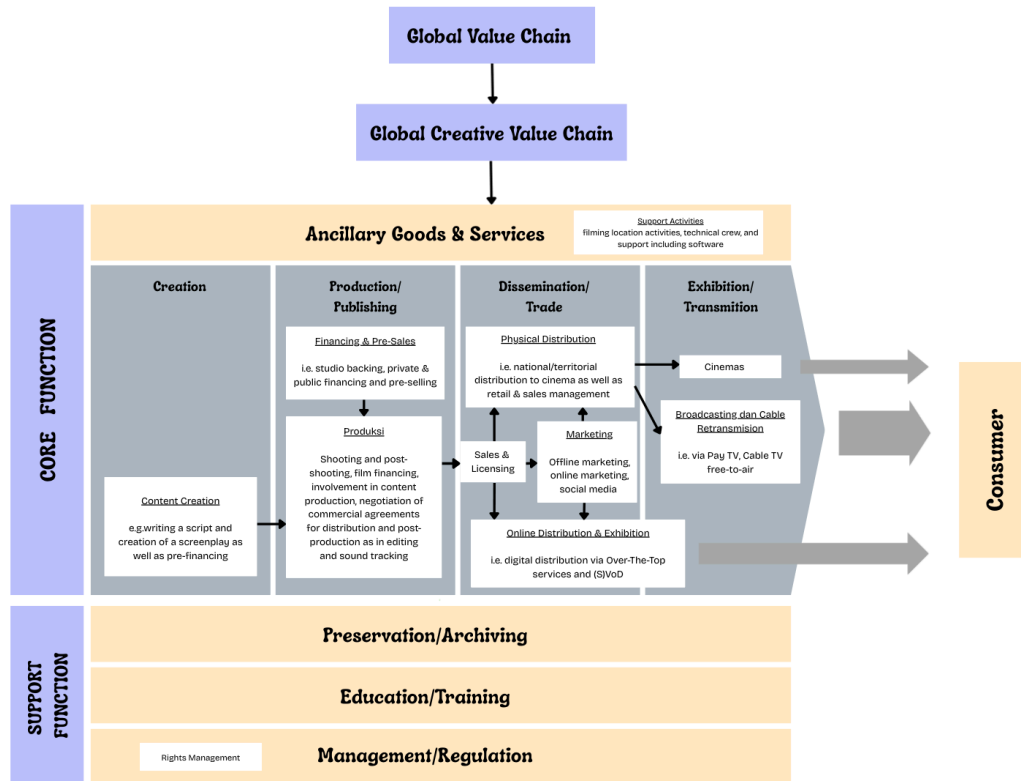
1.4.3.2 Support Function.

Dalam *Global Film Value Chain* terdapat *support function* yang merupakan aktivitas pendukung dari seluruh tahapan *core function*. De Voldere (2017) memetakan *support function* menjadi tiga klasifikasi, yaitu; (1) *preservation/archiving*; (2) *education/training*; dan (3) *management/regulation*. Pertama, *preservation/archiving* mencakup kegiatan yang bertujuan untuk menjaga, melindungi, merestorasi dan memelihara. Pada bagian ini, memiliki fokus utama dalam penyimpanan sebuah karya produk film dengan berupa arsip. Kegiatan pengarsipan guna memastikan persediaan maupun penyimpanan sebuah karya produk film dapat dilakukan dengan merilis karya tersebut melalui layanan *Video on Demand (VoD)*. Tak hanya itu, langkah lain dalam pengarsipan di era digital saat ini dapat dilakukan juga melalui *streaming sites* (De Voldere et al., 2017).

Kedua, *education/training* dengan perannya pada fokus utama dalam pengembangan keterampilan dan pengetahuan secara non-formal. Tak hanya itu, tahapan ini juga berperan dalam rangkaian pelatihan seluruh *cast* film demi menunjang keterampilan yang selaras dengan kebutuhan film (De Voldere et al., 2017). Pada elemen ini rumah produksi memfasilitasi pelatihan tambahan diluar *jobdesk* utama rumah produksi, guna mengembangkan seluruh aktivitas yang terlibat selama proses produksi film. Ketiga, *management/regulation* merupakan bentuk aktivitas yang menangani secara khusus segala bentuk administrasi terkait kepemilikan dan hak siar suatu film (De Voldere et al., 2017). Dalam aktivitas ini, perusahaan yang memiliki hak siar dapat menggunakan haknya secara maksimal

dalam pemanfaatan karya produksi film, guna memaksimalkan pendapatan yang diterima.

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1.3 Sintesa Pemikiran
Sumber: (De Voldere et al., 2017)
Catatan: Disajikan kembali oleh penulis merujuk pada sumber

Berdasarkan kerangka sintesa pemikiran yang telah disajikan, penulis menggunakan konsep *Global Value Chain* untuk menganalisis pemetaan yang terjadi selama rangkaian produksi secara keseluruhan, yang mencakup seluruh tahapan kegiatan perusahaan dalam menentukan konsepsi awal menjadi produk jadi. Dalam konteks penelitian ini, analisis pemetaan produksi pada perindustrian kreatif dilakukan dengan menggunakan konsep *Global Creative Value Chain*,

yang memiliki beberapa turunan sesuai dengan subsektor industri kreatif yang dikaji. Penelitian ini secara khusus berfokus pada subsektor perfilman, sehingga dirumuskan melalui pendekatan *Global Film Value Chain*. Konsep *Global Film Value Chain* menjelaskan bahwa industri film merupakan ekosistem yang kompleks, dengan melibatkan aktor dan aktivitas lintas sektor. Dalam konsep *Global Film Value Chain*, terdapat pemetaan yang dibagi oleh De Voldere dalam merumuskan rantai nilai global yaitu: *core function* dan *support function*. *Core functions* diklasifikasikan menjadi 4 tahapan utama yaitu; (1) *creation*, (2) *production/publishing*, (3) *dissemination/trade*, (4) *exhibition/transmission*. Sedangkan aktivitas *support functions* dalam *global film value chain* digolongkan menjadi tiga klasifikasi pendukung yaitu: (1) *preservation/archiving*, (2) *education/training*, (3) *management/regulation*.

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan latar belakang hingga sintesa pemikiran yang sudah dirumuskan oleh penulis, didapatkan argumen bahwa produksi serial *The White Lotus 3 Season 3*, memperlihatkan fragmentasi dan kolaborasi lintas batas negara yang sejalan dengan konsep *Global Film Value Chain* (De Voldere). HBO berperan sebagai *lead firm* yang mengintegrasikan seluruh tahapan produksi lintas batas negara, pada tahapan *core function* dan aspek lainnya melalui aktivitas *support function*. Pada tahapan *creation*, mobilitas dan kolaborasi lintas batas negara terlihat dari pemilihan Thailand sebagai lokasi produksi setelah seleksi beberapa wilayah. Pada tahapan *production/publishing*, kerjasama internasional

terwujud melalui keterlibatan studio dan tim kreatif seperti Indochina Productions di Bangkok, Thailand. Pada tahap *dissemination/trade* menunjukkan peran HBO yang merupakan bagian dari Warner Bros.Discovery bertindak sebagai pengendali distribusi global melalui hak siar dan lisensi internasional. Sementara tahapan *exhibition/transmission* dilakukan melalui platform SVoD, OTT dan *cable pay-TV* dan penjualan DVD.

Pada aktivitas *support function*, elemen *preservation/archiving* ditunjukkan dengan penayangan serial *The White Lotus Season 3* di berbagai layanan VoD, seperti Max, Amazon Prime Video dan JioHotstar untuk wilayah India. Selanjutnya, elemen *education/training* yang ditunjukkan dengan adanya peningkatan dalam melibatkan standar tinggi dan praktik tenaga kerja kru Thailand yang dibawa dari praktik kerja Hollywood dan internasional bagi perusahaan Indochina Productions. Terakhir, terdapat elemen *management/regulation* salah satunya yang dimiliki oleh HBO sebagai HBO Original dalam memproduksi sekaligus mempromosikan serial *The White Lotus Season 3*. Hal ini sekaligus menempatkan Warner Bros.Discovery yang merupakan induk HBO/Max sebagai salah satu pemegang kendali komersial atas penayangan lisensinya.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut Sukmadinata (2011), penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta serta karakteristik suatu populasi atau bidang tertentu. Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti sebagaimana adanya (Sukmadinata, 2011). Berdasarkan pengertian tersebut, penelitian ini berupaya mendeskripsikan secara komprehensif proses dan tahapan yang membentuk *Global Film Value Chain* dalam produksi serial *The White Lotus Season 3*.

Melalui pendekatan deskriptif, penulis memetakan setiap fungsi utama (*core functions*) dan fungsi pendukung (*support functions*) sebagaimana dirumuskan oleh De Voldere, untuk memahami bagaimana rantai nilai global dalam industri perfilman bekerja pada konteks produksi serial tersebut. Dengan demikian, penelitian deskriptif ini memberikan gambaran mengenai penerapan konsep *Global Film Value Chain* pada serial *The White Lotus Season 3*, mulai dari tahap *creation* hingga *exhibition*, serta peran berbagai aktor dan lembaga pendukung yang terlibat dalam proses produksi globalnya.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Penulis menerapkan batasan penelitian sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, yaitu dengan hanya menganalisis pemetaan *Global Film Value Chain* pada serial *The White Lotus Season 3* oleh HBO. Pemilihan

jangkauan tahun penelitian ini berdasarkan pada proses rancangan produksi serial *The White Lotus Season 3* pertama kali yang dimulai tahun 2022 hingga perilisannya secara global pada tahun 2025.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka. Menurut Nazir (2014), studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah teori, konsep, serta hasil penelitian yang berhubungan dengan masalah yang diteliti (Nazir, 2014). Hal ini sejalan dengan pendapat Zed (2008), yang menekankan bahwa proses sistematis dalam teknik pengumpulan data melalui studi pustaka, berarti berkaitan dengan serangkaian kegiatan mengumpulkan, menyeleksi dan menginterpretasi literatur yang relevan sebagai data penelitian. Di mana data-data yang digunakan berasal dari sumber-sumber kredibel yang relevan, seperti; buku, jurnal, situs resmi, berita dan sumber lainnya (Zed, 2008). Berdasarkan konsep tersebut, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka, seperti; situs resmi perusahaan dan sumber relevan lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Tabel 1.3 Sumber pada Teknik Pengumpulan Data

No	Jenis Data	Sumber
1	<i>Core Function</i>	Situs resmi HBO Max, IMDB, <i>credit serial The White Lotus Season 3, The Business Times, Screen Rant, Whip Media, The Wrap</i>
2	<i>Support Function</i>	<i>Deadline, Variety, Vogue</i>

Catatan: Dirangkum oleh penulis

1.7.4 Teknik Analisis Data

Lexy J. Moleong (2017) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang bermaksud untuk memahami secara mendalam berbagai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, serta tindakan secara menyeluruh. Pemahaman tersebut disajikan melalui pembahasan yang deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang disajikan pada konteks alamiah dengan memanfaatkan beragam metode ilmiah (Moleong, 2017). Berdasarkan penjelasan tersebut, pemahaman arti yang dipaparkan sangat penting dalam keberlanjutan penelitian. Oleh sebab itu, penulis menerapkan analisis data kualitatif dalam membahas permasalahan pada pemetaan *Global Film Value Chain* yang dilakukan oleh HBO dalam melakukan produksi serial *The White Lotus Season 3* secara global. Teknik data kualitatif dapat memudahkan penulis dalam merangkai pemetaan setiap tahapan produksi serial *The White Lotus Season 3* hingga dukungan pelayanan pasca-penjualan produk sampai ke tangan konsumen, yang tersebar di berbagai negara.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini, menjelaskan secara rinci isi dan pembahasan dari bab I (pendahuluan) hingga bab IV (penutup). Adapun sistematika penulisan ini, meliputi:

BAB I berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, sintesa pemikiran, argumen utama, metodologi penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II menjelaskan tahapan *core function* dalam proses produksi serial *The White Lotus Season 3*, yaitu kreasi, produksi, distribusi dan eksibisi. Setiap tahapan akan dipetakan sesuai rantai nilai global pada seluruh rangkaian produksi.

BAB III menjelaskan aktivitas *support function* dalam proses produksi serial *The White Lotus Season 3* hingga dukungan pelayanan pasca-penjualan produk sampai ke tangan konsumen, yang tersebar di berbagai negara sehingga dapat bertahan lama di pasar global.

BAB IV penelitian ini ditutup dengan kesimpulan dari hasil analisis tahapan *core function* dan aktivitas *support function* yang telah dijelaskan. Selain itu, penulis akan memberikan saran-saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.