

Namun penerapan *production triangle* yang cepat dan murah membuat hasil dari pencarian dana dan sponsor tidak bagus. Dapat dilihat pada durasi yang diterapkan hanya dilakukan selama satu bulan dengan meminimalisir dana yang dikeluarkan untuk pencarian dana dan sponsor. Dikarenakan rumah produksi tidak memiliki modal. Penulis juga lengah dan tidak menerapkan *production strategies* sehingga tidak ada investor yang besar bahkan terkenal. Walaupun film sudah memiliki *production value*, kesalahan pada tahap produksi tetap saja bisa terjadi pada pengambilan gambar. Hal ini terlihat pada akhir scene yang melanggar *180 degree rule*. Membuat editor harus membalikkan *scene* tersebut agar terlihat masuk akal.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alexandri, M. B., Arifianti, R., & Auliana, L. (2019). *Creative industries: Film industries' strategies in indonesia*. Review of Integrative Business and Economics Research, 8, 248-257.
https://www.sibresearch.org/uploads/3/4/0/9/34097180/riber_8-s3_22_h18-174_248-257.pdf
- Barker, T. A. C. (2011). *A cultural economy of the contemporary indonesian film industry*. National University of Singapore.
<https://core.ac.uk/download/pdf/48643103.pdf>
- Cleve, B. (2006). *Film production management*. Focal Press.
- Erstiawan, M. S., & Wangi, M. P. (2023). *Peran Anggaran dan Realisasi Anggaran Produksi Film Independen dalam Perspektif Akuntansi*. Efektor, 10(1), 132-147.
<https://doi.org/10.29407/e.v10i1.18667>
- Gaustad, T. (2008). *Private film financing: Gains and losses in the norwegian film sector*. BI Norwegian School of Management. <http://biopen.bi.no/bi-xmlui/handle/11250/94113>
- Honthaner, E. L. (2013). *The complete film production handbook*. Focal Press.

- Kanzler, M. (2021). *Fiction film financing in europe: A sample analysis of films released in 2019*. European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-2022-edition-m-kanzler/1680aa189b>
- Milla, J. T., Fontaine, G., & Kanzler, M. (2016). *Public financing for film and television content the state of soft money in europe*. European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/public-financing-for-film-and-television-content-the-state-of-soft-mon/16808e46df>.
- Musburger, R. B., & Kindem, G. (2012). *Introduction to media production: the path to digital media production*. CRC Press.
- Permana, R. S. M., Puspitasari, L., Indriani, S. S., & Hafiar, H. (2018). *Strategi komunikasi pemasaran film indie: Model pemasaran dan distribusi film indie indonesia*. *Journal of Urban Society's Arts*, 5(2), 74-86.
- Poort, J., Hugenholtz, P. B., Lindhout, P., & van Til, G. (2019). *Research for culture committee-film financing and the digital single market: Its future, the role of territoriality and new models of financing*. Brussels European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.
- Purwanti, P., Sari, P. A., & Suhariyanto, S. (2023). *Elemen-elemen yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi*. *Competitive. Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1).
- Ryan, M. A. (2017). *Producer to producer: a step-by-step guide to low-budget independent film producing*. Michael Wiese Productions.
- Santoso, V. (2017). *Kapital dan strategi garin nugroho dalam proses produksi film*. *Journal of Urban Society's Arts*, 4(1), 11-18.
- Ulin, J. C. (2019). *The business of media distribution: Monetizing film, tv, and video content in an online world*. Routledge.

Ulum, M. B., Jannah, F., & Nadhiyah, F. (2021). *Film industry as part of global creative industry: Learning from indonesia*. *Trilogi: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, 2(3), 220-227.

Weber, N. R., Marchand, A., & Kunz, R. E. (2023). *The global impact of public and private funding on cultural and economic movie success: evidence from German film funding*. *Journal of Cultural Economics*, 1-25.

