



Universitas
Pembangunan Jaya

kom

Program Studi
Ilmu Komunikasi

TRANSMEDIA STORYTELLING

Materi pembelajaran ini merupakan bagian dari Program Bantuan Pengembangan dan Penyelenggaraan Pembelajaran Digital (P3D) tahun 2024 oleh Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Ristek, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Ristek, dan Teknologi.

STORY WORLD

PROGRESS TAHAPAN KERJA

POKOK BAHASAN

STORYWORLD

- Batasan *Storyworld*
- Membangun *Storyworld*
- Storytelling* dan ide
- Membangun cerita transmedia
- Storyworld* dalam kampanye sosial transmedia



STORYWORLD

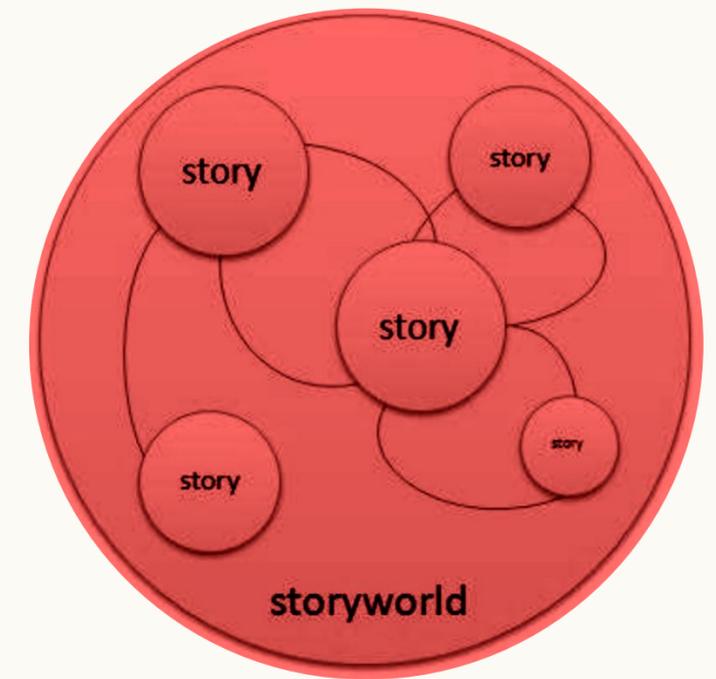
TULANG PUNGGUNG CERITA, DENGAN ASPEK BARU DARI NARASI UTAMA YANG TIDAK TERBATAS, DAPAT DIBUAT, DIBAGIKAN DAN DITAMBAHKAN. SEMUA MENGIKUTI ATURAN REALITAS YANG SAMA SEHINGGA MENJADIKANNYA BAGIAN DARI DUNIA SENTRAL YANG LEBIH BESAR.

(McIntyre)



STORYWORLD

JALINAN DETAIL YANG MEMBUAT SUATU CERITA MASUK AKAL (PRATTEN, 2015)



Karakter, objek, waktu, tempat, dan aturan cerita

Bagian terpenting dan paling dikenali dari dunia cerita adalah ketika mengisahkan sejumlah karakter, objek, tempat, dan kurun waktu tertentu. Dunia cerita memberikan fondasi yang mendukung cerita sehingga memberi pengalaman yang koheren dan mendalam lewat berbagai *platform*.

Mark J.P. Wolf

Dunia luas, melampaui cerita yang dikisahkan. Dunia yang mengundang spekulasi dan eksplorasi melalui cara yang imajinatif.

Mark J.P. Wolf

- Semakin berbeda dari pengalaman audiens, semakin mudah untuk menciptakan kepercayaan terhadap dunia cerita.
- Dunia cerita dipisahkan dari pengalaman di dunia nyata oleh semacam batasan antara keduanya yang membuat dunia cerita tampak tidak mungkin terjadi seperti pengalaman di dunia nyata.

KOMPONEN KUNCI STORY WORLD



1. Setting

Latar cerita baik secara geografis maupun budaya.

2. Character

Protagonis-antagonis, pendukung dan dinamika relasi antar tokoh.

3. History

Latar belakang cerita yang membentuk dunia cerita dan perkembangannya. Mitos, nilai-nilai budaya yang membangun konteks cerita.

4. Rules and System

Tata aturan dalam dunia cerita terkait teknologi, pemerintahan, dsb.

5. Narrative structure

Tema utama dan alur cerita.

Network of Characters in Harry Potter



Legend

Persons

- Wizard/Witch
- Ward
- Witch
- Spout
- Muggle
- Werewolf
- (Half)Giant
- Minion
- Polysyll
- Procession
- Ghost
- Ghost-like
- Field
- Scintex Object
- House-elf
- Goblin
- Other

Relationships

- Marriage / Parents / Children
- Indirect family
- Twin
- Adopted
- Godfather
- Admirer
- Polysyll
- Procession
- Portrait of Ownership
- Dating
- Neighbour

Birth & Death

- Birth in story
- Death at start of story
- Death in story

Animals

- Centaur
- Dragon
- Hippogriff
- Phoenix
- Serpent
- Spider
- Owl
- Cat
- Dog
- Other animal

Affiliations

- Order of the Phoenix
- Ministry of Magic
- Waldenort / Death Eater
- Sirius's patronus
- Prisoner at Azkaban

Generations at Hogwarts

- Waldenort's generation
- James' generation
- Harry's generation
- Years older than Harry
- Unknown generation

Schools

- Hogwarts (only staff)
- Beauxbatons
- Dumstrang
- Headmaster
- Defence Against the Dark Arts teacher
- Griffindor
- Ravenclaw
- Hufflepuff
- Slytherin

Other

- Author
- Quidditch player
- Metamorphmagus
- Parasitmagus
- Vampire
- Horcrux
- Book appearances
- Seen as student, unknown house

Includes all characters and relationships explicitly mentioned and named in any of the seven books, including animals, patronuses, sentient objects, and horcruxes. Excludes entities and information provided only outside of the seven books. Excluded objects include the Marauder's map, wands, and the deathly hallows. Excluded (near-)sentient entities include the Whomping Willow, Arthur's Ford Anglia, the talking mirror in Book 4, the Globet of Fire, bogarts, and Wormtail's hand. Excluded animals include the dead unicorns in Book 1, the four dragons in Book 4, and the Gringotts dragon in Book 7. For musical groups, only individual named members are included. Merlin is mentioned in all books, but excluded as he is not properly a character. Some characters are named in the books but will not be included here because they have important relationships to other characters, for instance unnamed parents.

© 2009-2012 Jérôme KUNIGES, version III.
Send comments and suggestions to <skunig@igmail.com>
BUY ME A BUTTERBEER
https://www.kuniges.com/index.php?option=com_content&view=article&id=14:characters-in-harry-potter

TUJUAN STORYWORLD



1. Immersion

Memungkinkan penonton untuk sepenuhnya membenamkan diri dalam narasi, membuatnya lebih menarik dan dapat dipercaya.

2. Expansion

Memberikan dasar untuk memperluas cerita di berbagai platform media. Setiap platform dapat menjelajahi berbagai aspek dunia cerita sekaligus berkontribusi pada keseluruhan narasi.

3. Consistency

Memastikan konsistensi dalam penceritaan dengan menyediakan referensi terpadu untuk semua kreator konten yang terlibat dalam proyek.

4. Engagement

Mendorong keterlibatan yang lebih dalam dari audiens, yang dapat menjelajahi berbagai aspek dunia melalui berbagai media, berpartisipasi dalam komunitas penggemar, dan berkontribusi pada cerita.

MEMBANGUN STORY WORLD



- 1. Core concept** – Tentukan tema dan narasi sentral serta aturan dalam *story world*.
- 2. Key element** – Tentukan latar belakang cerita, tokoh dan gambaran sejarah, mitologi serta masyarakat dalam cerita.
- 3. Media platform** – Tentukan platform dan jenis kontennya.
- 4. Cross media integration** – Konsistensi, kontribusi dan interkoneksi pada platform.
- 5. Engagement** – Interaktifitas dan komunitas.
- 6. Expansion plan** – Pengembangan cerita dan umpan balik audiens.
- 7. Documentation** – Mendokumentasikan perkembangan cerita.
- 8. Collaboration and coordination** – Koordinasi tim dan lintas platform.

7 PRINSIP STORYWOLDS DI MASA DEPAN

(PRATTEN, 2015)



- 1. Pervasive** - cerita dibangun di sekitar audiens, terhubung melalui berbagai perangkat.
- 2. Persistent** - cerita berkembang seiring waktu, mempertimbangkan keterlibatan audiens.
- 3. Participatory** - audiens berinteraksi dengan karakter dan audiens lainnya.
- 4. Personalized** - cerita mempertimbangkan pendapat dan penilaian audiens.
- 5. Connected** - terhubung lintas platform dan dunia nyata, memungkinkan cerita menjadi kontekstual.
- 6. Inclusive** – mengakomodasi berbagai perangkat dan model keterlibatan sehingga banyak orang dapat menikmati cerita meskipun pada tingkat kedalaman dan kecanggihan yang berbeda.
- 7. Cloud-based** - kecerdasan jaringan digunakan untuk mengelola cerita dan pengalaman.

5 PERTANYAAN MENDASAR

Definisi dan Identifikasi Cerita (Pratten, 2015)

CERITA
SEPERTI APA
YANG AKAN
DISAMPAIKAN?

BAGAIMANA
CARA
MENYAMPAIKAN
CERITA?

PARTISIPASI
AUDIENS
SEPERTI APA
YANG
DIHARAPKAN?

BAGAIMANA
PARTISIPASI
AUDIENS
MEMENGARUHI
PERKEMBANGAN
CERITA?

BERDASAR
KISAH
NYATA
ATAU
FIKSI?



CERITA SEBAGAI CARA MEMAKNAI DUNIA

Cerita membentuk pemahaman, ingatan tentang dunia, dan orang-orang yang berinteraksi dengan kita.

Ketika menghubungkan apa yang kita pelajari dari masing-masing narasi episodik ke dalam ingatan kita, pelajaran hidup yang penting akan muncul – yang memandu cara kita berperilaku dan hidup dalam masyarakat yang lebih luas.

EMOSI SEBAGAI KEKUATAN NARASI

- Unsur emosi ampuh untuk melibatkan audiens yang sangat beragam dalam sebuah narasi – tidak peduli betapa berbedanya mereka dalam hal bahasa, budaya, atau pengalaman hidup.
- Respons emosional dapat digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan-pesan penting secara ringkas. Dengan menghubungkan ide-ide kompleks dengan emosi, penonton dapat menghubungkan pelajaran hidup yang kompleks dalam cerita dengan ingatan, emosi, dan narasi batinnya.





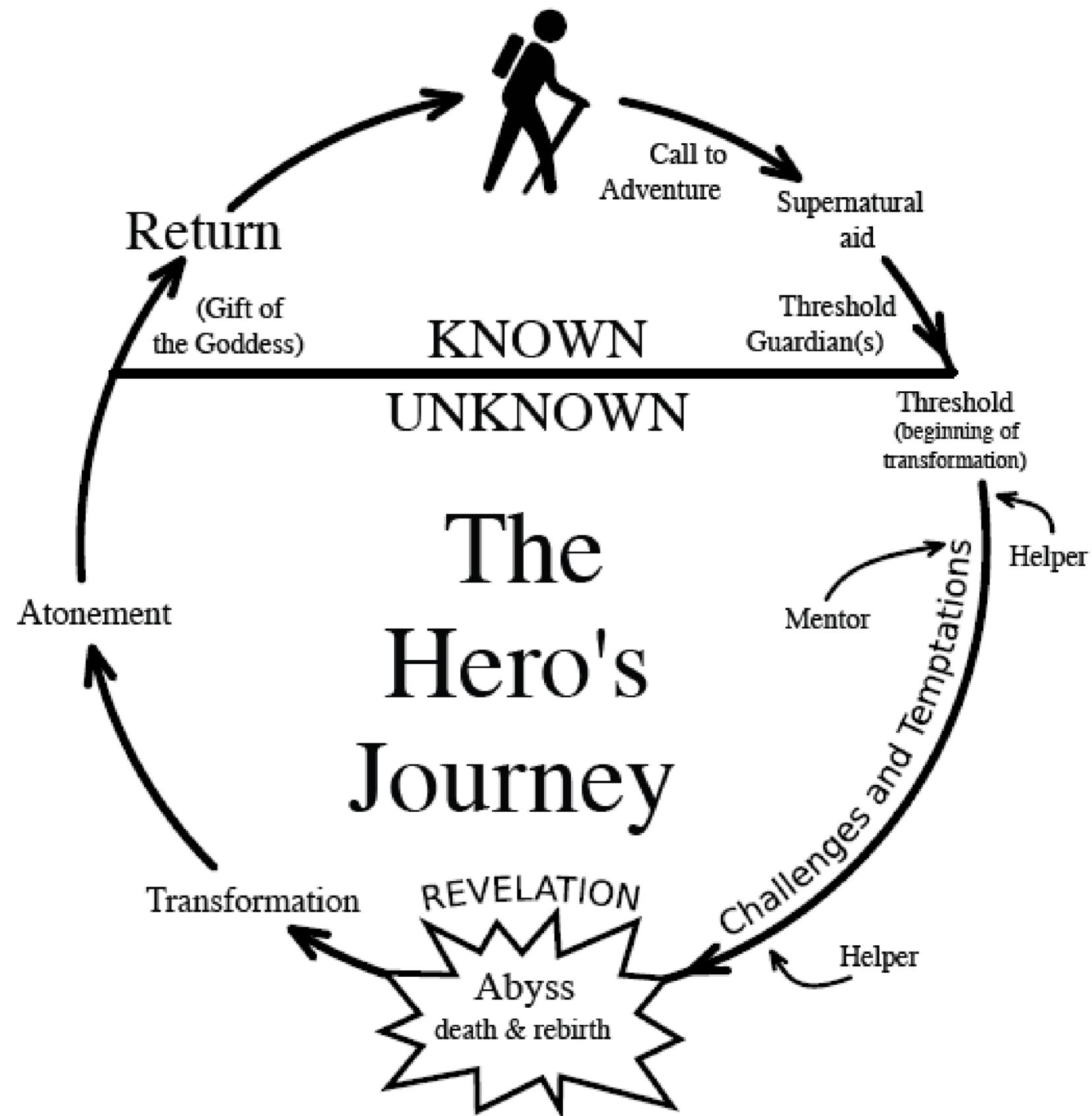
CERITA TIDAK KUAT TANPA RELEVANSI PRIBADI

- Tanpa relevansi pribadi, cerita apa pun tidak akan menarik atau bernilai bagi penonton.
- Semua cerita adalah tentang transformasi status karakter dari keadaan semula, ke posisi yang lebih tercerahkan, lebih bijaksana melalui semacam cobaan atau ujian.

STRUKTUR CERITA

- Sebuah cerita menyajikan pengalaman transformatif yang lengkap dari tokoh cerita, biasanya dipahami sebagai struktur yang memiliki awal, tengah, dan akhir.
- 'The Hero's Journey' karya Vogler telah digunakan sebagai dasar bagi banyak cerita modern, termasuk Star Wars Episode IV, Lion King dan Aladdin. Struktur ini atau variasinya, mendasari hampir semua cerita modern.





Photograph of 'Vogler, T.A.' by Etan J. Tal (own work). CC BY-SA 3.0 via Wikimedia Commons

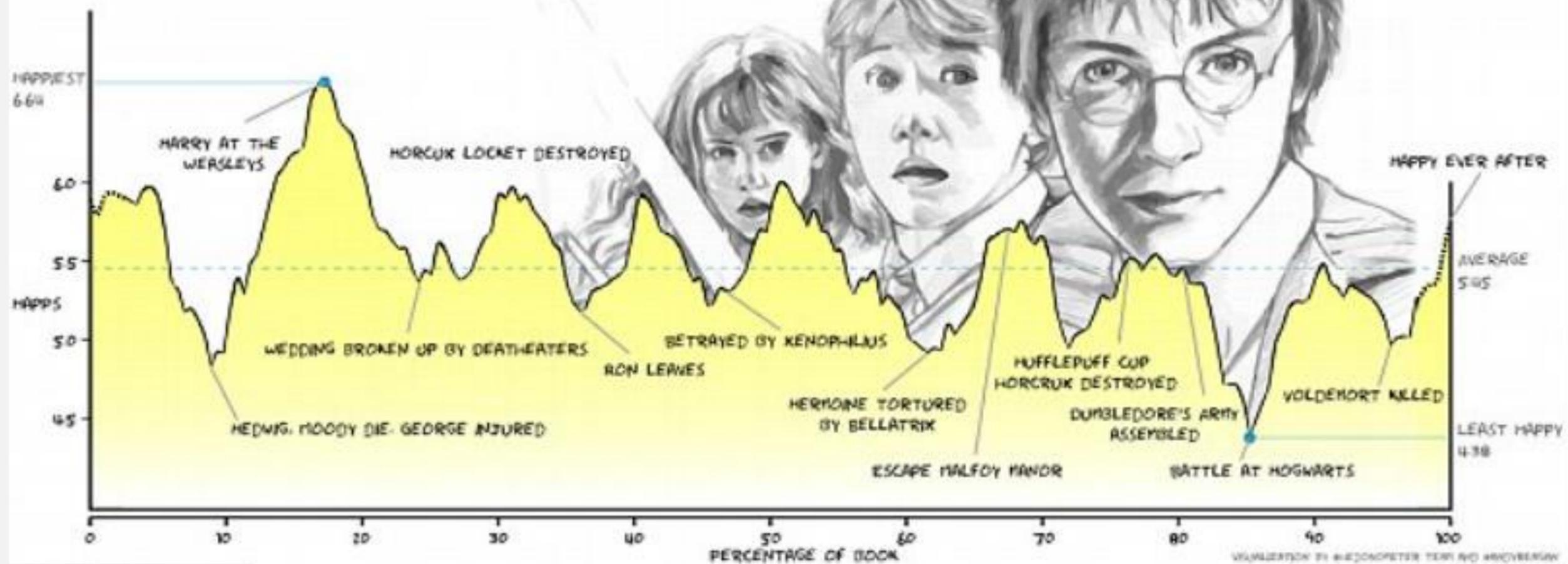
A GOOD STORY



- *PURPOSE*
- *EMOTIONAL ENGAGEMENT*
- *A HERO*
- *CATALYST*
- *CONFLICT*
- *TRANSFORMATION*
- *RESOLUTION*

CONTOH KASUS

Harry Potter and the Deathly Hallows by J.K. Rowling





IDE CERITA

- Dapat berupa fiksi atau nonfiksi yang diceritakan secara kreatif, menarik, dan memikat.
- Pendekatan kreatif:
 - *Conceptual blending* (Koestler)
 - *Six word story* (Hemingway)
 - *Real world research*
 - *Contrast checklist*



MENCIPTA IDE KREATIF

Tiga cara untuk menciptakan konsep awal cerita

- *Reframing*
- *Random stimuli*
- *Research and reference*

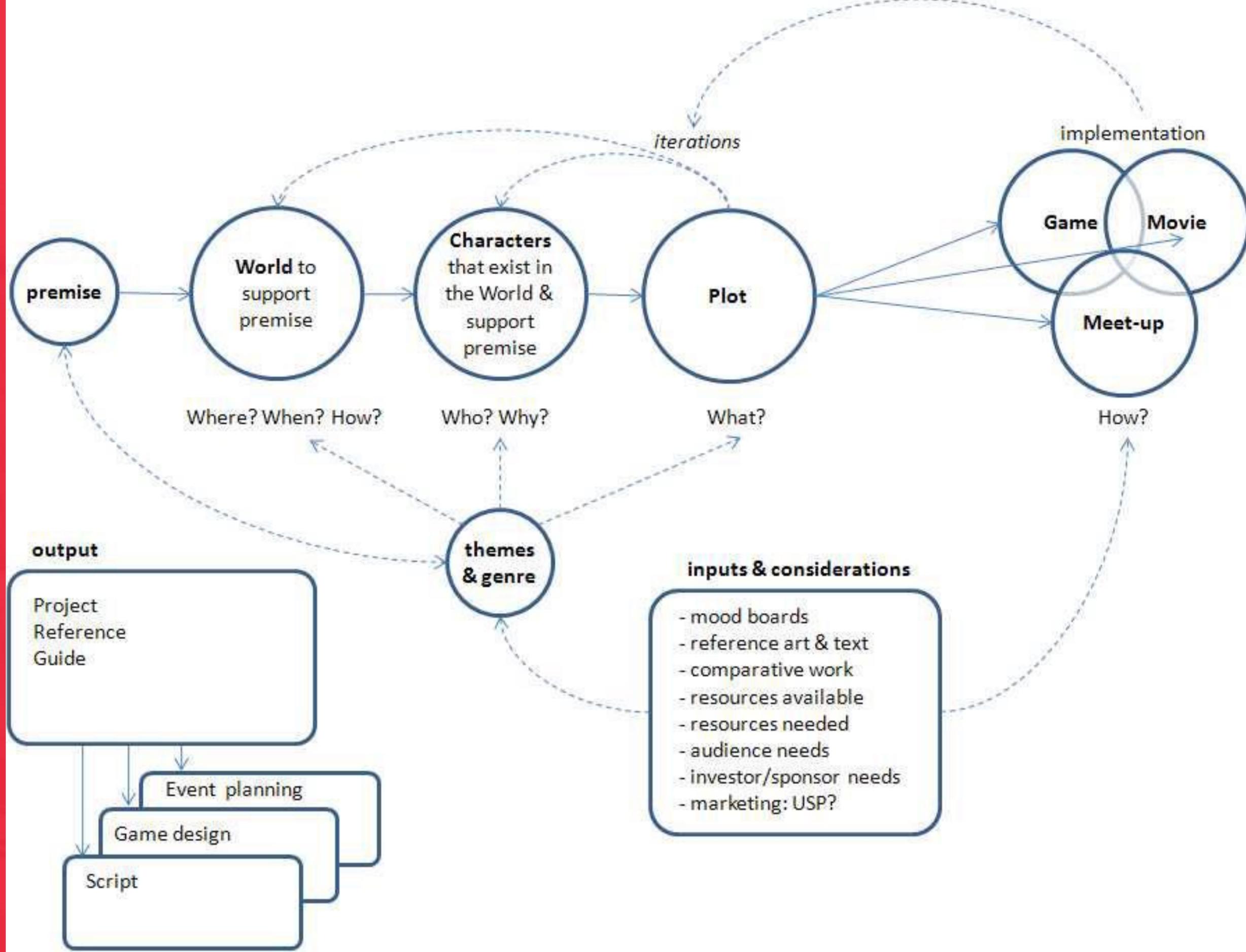
MEMBANGUN CERITA TRANSMEDIA



- Lima teknik membangun cerita transmedia
- Fokus utama (apa, mengapa dan tujuan cerita yang dipilih)
 - Informasi untuk anatomi dan struktur cerita
 - Menciptakan karakter dan cara pandangnya
 - Menghubungkan dunia nyata dengan *story world*

STORYWORLD PADA KAMPANYE SOSIAL TRANSMEDIA

- Tentukan cerita utama (alur, tema dan narasi)
- Identifikasi *platform* (target audiens potensial dan karakteristik media)
- Membuat konten khusus *platform* (format unik dan sesuai ekpektasi audiens)
- Integrasikan fitur interaktif (poling, dialog, tantangan keterlibatan)
- Bangun ekosistem naratif (nilai tambah pada narasi)



COCA-COLA'S SHARE A COKE CAMPAIGN

Personalisasi melalui nama pada botol, dengan integrasi media sosial yang mendorong pengguna untuk berbagi momen Coke yang dipersonalisasi.

Share
a Coke
with...



STAR WARS FRANCHISE

Memperluas jangkauan melalui film, acara TV, buku, permainan, dan media sosial, dengan menciptakan dunia cerita yang kaya dan saling berhubungan.



Coca-Cola
open happiness™

Share a **Coke** with a friend

Get in touch with a good friend, an old friend, or maybe even a new friend
shareacoke.com.au



STAR WARS

NARRATIVE TIMELINE





REFERENSI:

- Andrea Phillips. 2012. *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms*. USA: McGraw Hill.
- Robert Pratten. 2015. *Getting Started with Transmedia Storytelling: a practical guide for beginners 2nd edition*, Create Space Independent Publishing Platform.
 - Module 1, *Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences*, UNSW Australia.
 - Module 2, *Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences*, UNSW Australia



**THANK YOU FOR
PARTICIPATING!**

Questions? Let us know!