



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.



DESIGNING TRANSMEDIA USER JOURNEY

TEKNIK PRODUKSI NASKAH DAN VIDEO

POKOK BAHASAN

DESIGNING TRANSMEDIA USER JOURNEY

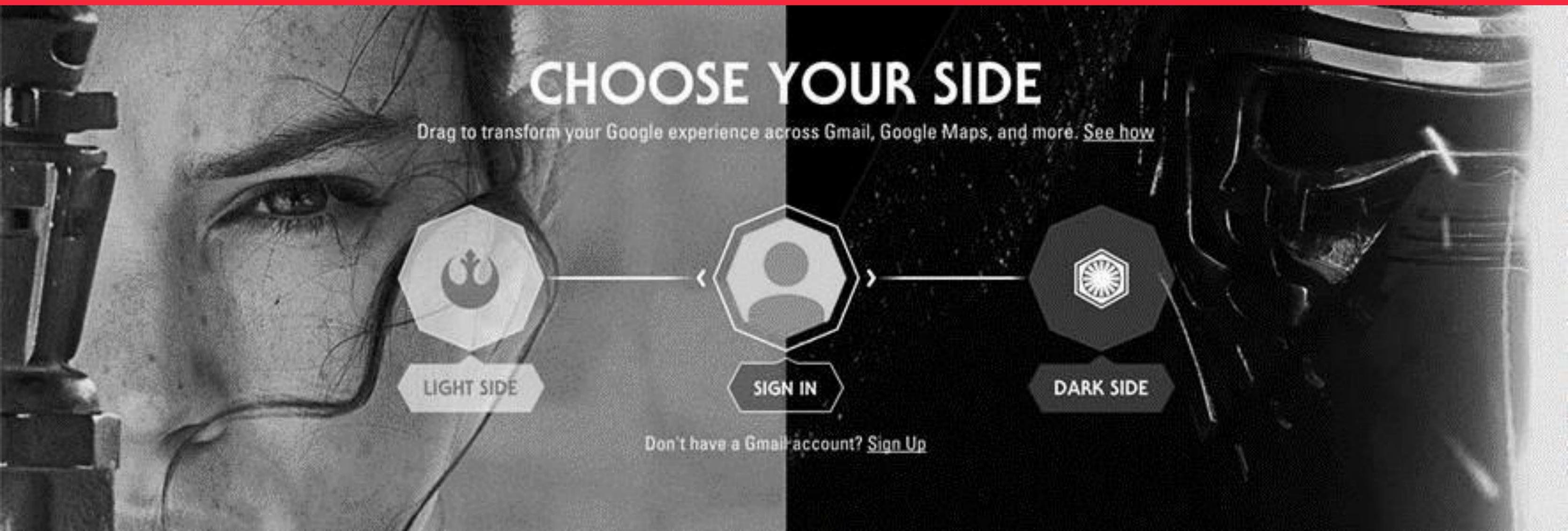
- *Transmedia Strategy*
- *Continuity and Expectation*
- *Cohesive Experience*
- *Translating Stories Across Media*
- *Ethics in Transmedia Storytelling*



TRANSMEDIA USER JOURNEY

GAMBARAN MENYELURUH MENGENAI PERJALANAN PENGGUNA DAN SETIAP LANGKAH YANG DILAKUKAN SAAT BERINTERAKSI DENGAN SEMUA ASPEK DARI PENCERITAAN TRANSMEDIA YANG DIBANGUN.

(George P. Khut)





TRANSMEDIA USER JOURNEY

- Mengacu pada jalur atau pengalaman pengguna di berbagai *platform* media, dimana narasi disampaikan secara terkoordinasi.
- Perjalanan melibatkan keterlibatan dengan berbagai aspek cerita atau konten melalui berbagai bentuk media, seperti film, TV, *video game*, buku, media sosial dsb.
- Konsep ini banyak digunakan dalam pemasaran, hiburan, dan desain media interaktif untuk menciptakan pengalaman yang mendalam dan menarik bagi pengguna.
- Beberapa konsep terkait transmedia *user journey* dalam proyek *transmedia storytelling* antara lain:
 - *User engagement*
 - Integrasi lintas *platform*
 - Pendekatan berpusat pada pengguna
 - Narasi yang kohesif



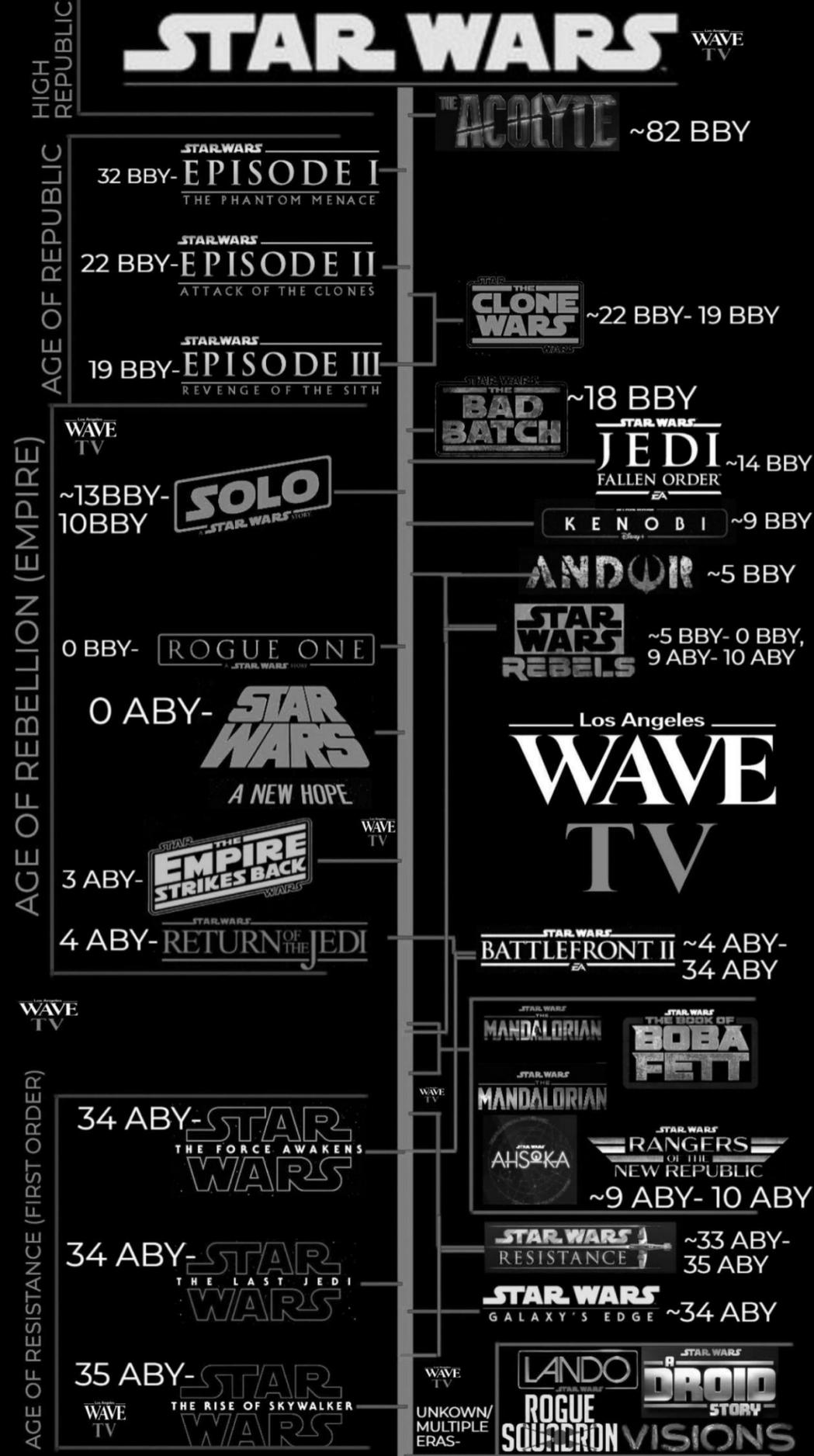
TRANSMEDIA STRATEGY

- Strategi bukan sebatas distribusi konten di berbagai platform, tetapi soal memanfaatkan kekuatan unik setiap *platform* secara strategis untuk menceritakan berbagai bagian cerita, melibatkan *audiene* dengan cara yang bermakna.
- Tujuannya adalah untuk menciptakan narasi yang saling berhubungan yang terasa mulus, bahkan saat berpindah di antara berbagai media, yang masing-masing menawarkan perspektif atau elemen unik dari keseluruhan cerita.
- Strategi berupa merencanakan narasi inti secara cermat, memahami audiens, memilih *platform* yang tepat, dan memastikan pengalaman kohesif dan mendalam, menjadikan perjalanan pengguna menjadi petualangan multidimensi yang menarik, memikat dan mempertahankan minat penggunanya.
- Gambaran strategi secara komprehensif adalah sbb:
 - Narasi inti dan pengembangan semesta cerita
 - Pendekatan berpusat pada *audience*
 - Pemilihan *platform* dan diferensiasi konten
 - Alternatif pintu masuk cerita dan narasi non-linear
 - Integrasi lintas *platform* dan konsistensi narasi
 - Pengalaman interaktif dan imersif
 - *User journey* yang dinamis dan umpan balik
 - Pemasaran dan pembentukan komunitas
 - Evaluasi dan literasi
 - Keterlibatan jangka panjang dan evolusi cerita

CONTOH SKENARIO



- Perjalanan pengguna transmedia untuk cerita fiksi ilmiah dapat dimulai dengan film pendek yang memperkenalkan dunia dan karakter.
- Perjalanan berlanjut dengan aplikasi seluler yang memungkinkan pengguna menjelajahi dunia dalam lingkungan 3D, mengungkap detail tersembunyi dan cerita sampingan.
- Situs web dapat menjadi tuan rumah serangkaian komik strip interaktif, yang memperluas cerita latar, sementara podcast menggali wawancara dengan kreator atau karakter dalam dunia.
- Media sosial dapat digunakan untuk memberikan petunjuk tentang konten yang akan datang, yang menumbuhkan komunitas penggemar yang berbagi teori dan penemuan.
- Terakhir, *video game* dapat memungkinkan pengguna untuk secara langsung memengaruhi hasil dari alur cerita tertentu, dengan pilihan mereka tercermin dalam konten mendatang di seluruh platform lainnya.



USER JOURNEY MAP

- Gambaran menyeluruh dari perjalanan pengguna berikut gambaran langkah demi langkah tentang bagaimana semua aspek berbeda dari proyek bersatu untuk mendukung atau menggagalkan pengalaman dan interaksi pengguna dengan produk, layanan, atau petualangan transmedia yang dikembangkan.
- Pada peta perjalanan pengguna terdapat elemen-elemen penting seperti titik kontak, platform, fase, persona, dan skenario.
- Selain beberapa konsep di atas terdapat peta empati yang mengelompokkan pengalaman pengguna dalam tiga jenis:
 - **Pemikiran** → bagaimana pengguna memahami situasi, merasionalisasi pengalaman mereka.
 - **Perasaan** → mengeksplorasi bagaimana pengalaman dan keputusan dipandu oleh aspek karakter yang lebih emosional dan intuitif.
 - **Melakukan, Melihat, dan Mendengar** → respon pada detail konkret desain proyek transmedia dan konteks sekitarnya. Sketsa pengalaman dari sensasi dan tindakan spesifik yang berhubungan dengan proses mengalami dan berinteraksi dengan desain produk transmedia

Simple User Journey

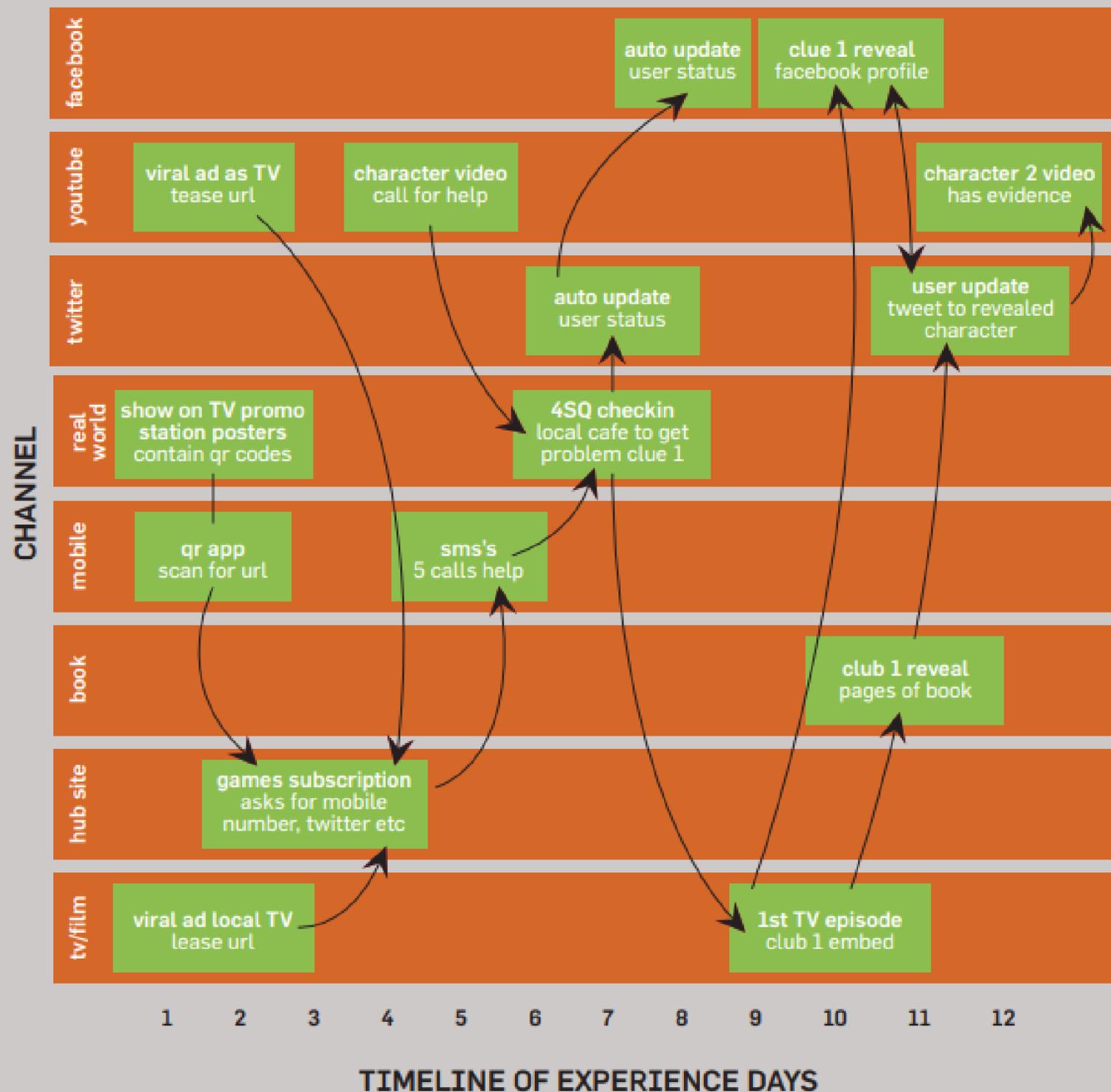


Diagram yang menggambarkan berbagai rute pengguna melalui layanan, sebagai pengalaman *multiplatform* untuk permainan transmedia dengan tema detektif.

- Waktu yang dipetakan pada sumbu X, dan saluran atau platform pada sumbu Y, diagram ini memberikan gambaran yang jelas tentang ketergantungan dan jembatan antara setiap komponen yang berfungsi untuk menyoroti masalah apa pun dengan titik masuk, ajakan bertindak (CTA), atau keluar dari layanan.
- Teks di setiap kotak digunakan sebagai referensi untuk deskripsi yang lebih terperinci dari setiap komponen dalam peristiwa.
- Untuk proyek yang diluncurkan secara bersamaan, seperti situs web atau aplikasi seluler, bagian ini harus menunjukkan dari perspektif UX (pengalaman pengguna) rute yang dapat diambil pengguna melalui setiap elemen layanan secara individual.



CONTINUITY and EXPECTATION

- Kontinuitas dan ekspektasi merupakan kunci penting dalam menghasilkan user journey proyek transmedia.
- Dengan memastikan konsistensi narasi, menetapkan ekspektasi yang jelas, dan memenuhi janji pada *audience*, kreator dapat menciptakan pengalaman yang koheren dan menarik di berbagai platform.
- Keseimbangan antara konsistensi dan ekspektasi tidak hanya membuat audience tetap terlibat tapi juga memperdalam hubungan dengan cerita, menciptakan pengalaman transmedia yang mengesankan dan berdampak.

CONTINUITY

- Kontinuitas didasari konsistensi di seluruh *platform* dan integritas dalam semesta cerita dan penokohan.
- Menjaga keterlibatan dengan kecepatan yang sama di setiap platform dan rilis konten strategis secara berkelanjutan.
- Umpan balik dan literasi pengguna membantu *user journey* tetap koheren dan memuaskan, serta kemungkinan pengembangan semesta cerita.



EXPECTATION

- Manajemen ekspektasi dengan menetapkan ekspektasi yang jelas, penyediaan konten yang seimbang di setiap *platform*, menghindari kekecewaan karena janji berlebihan.
- Alur cerita pilihan pengguna diimbangi dengan ekspektasi yang jelas.
- Menciptakan sekaligus membayar ekspektasi dengan kepuasan pada narasi.
- Mengatasi kompleksitas narasi.
- Beradaptasi dengan ekspektasi yang berkembang.

COHESIVE EXPERIENCE

Narasi yang mengalir dan terpadu yang dipertahankan di berbagai platform media. Cerita menjadi satu kesatuan yang saling berhubungan meskipun tersebar.

Diperlukan perencanaan yang cermat, pelaksanaan yang konsisten, dan pengelolaan narasi, karakter, dan tema yang cermat di semua media.

Tujuannya menciptakan perjalanan yang lancar dan menarik di mana setiap bagian konten terhubung dan berkontribusi pada keseluruhan cerita sehingga memberikan pengalaman yang kaya dan mendalam.

Beberapa karakteristik cohesive experience antara lain:

- Alur cerita konsisten dan kontinuitas tematik
- Konten yang saling terhubung
- Transisi yang lancar antar platform dan panduan pengguna
- Pengembangan semesta cerita dan penokohan yang konsisten
- Integrasi naratif
- Keterlibatan dan partisipasi
- Konsistensi visual dan kohesi brand



FILMS

APPS

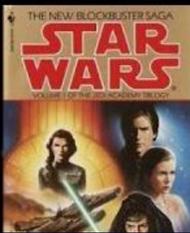
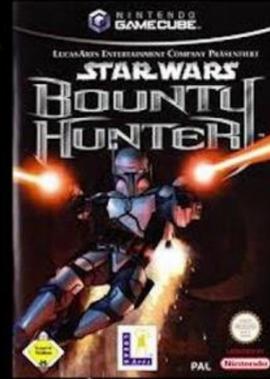
GAMES

COMICS

BOOKS

ANTHOLOGY FILMS

TV SERIES



STAR WARS



NARRATIVE TIMELINE



TRANSLATING STORIES ACROSS MEDIA



Menerjemahkan cerita lintas media bukan sekadar mengadaptasi konten. Bagaimana menciptakan narasi yang kaya dan multidimensi dengan memanfaatkan kekuatan unik setiap media sambil mempertahankan dunia cerita yang kohesif dan saling berhubungan.

Dengan memahami narasi inti, mengadaptasinya secara cermat untuk setiap platform, dan memastikan konsistensi serta keterlibatan, kreator dapat menghadirkan pengalaman transmedia yang lancar dan mendalam. Langkah-Langkahnya meliputi:

- Memahami narasi inti
- Menganalisis keunggulan setiap media
- Mengadaptasi elemen cerita
- Menjaga konsistensi
- Menciptakan pengalaman unik
- Mengelola ekspektasi audience
- Media lintas platform
- Penceritaan interaktif dan non linear
- Evaluasi dan pengembangan
- Pemasaran dan rilis yang terkoordinasi



MOVIE VS GAME

ETIKA PADA TRANSMEDIA STORYTELLING

- Etika transmedia adalah persoalan baik dari sudut pandang melakukan hal yang benar bagi audience, maupun dari sudut pandang pertanggungjawaban bisnis sesuai hukum yang berlaku.
- Pada hukum tradisional persoalan etika media pada umumnya menyangkut hak cipta, dan pencemaran nama baik. Dalam konteks narasi fiksi yang diakses audience secara riil, terdapat konsekuensi baru dan tidak diinginkan.
- Beberapa persoalan etika yang kerap muncul:
 - Penjelasan batasan fiksi dari proyek transmedia
 - Larangan melakukan hal illegal atau membahayakan pada pengguna
 - Potensi risiko bahaya pada audience yang menemukan pengalaman transmedia di luar konteks.
- Kreator proyek berkewajiban membuat keputusan yang tepat dan melakukan lebih banyak penelitian terkait proyek narasi dan kemungkinan bagi celah permasalahan etika.



SECTIONS

TRAFFIC

WATCH

NEWS

MO. POLICE: ARMED ROBBERS USED POKEMON GO TO TARGET VICTIMS



AP

Pokemon Go is displayed on a cell phone in Los Angeles on Friday, July 8, 2016.

Share

G+1

Tweet



Updated 56 mins ago

O'FALLON, Mo. (WLS) -- Police in O'Fallon, Missouri are investigating a series of armed robberies believe that the robbers used the Pokemon Go smartphone app to target victims, according to a post on the department's Facebook page.

Empat Pertimbangan Etika pada Transmedia Storytelling

(Andrea Phillips, 2012)

1

Apakah proyek transmedia memiliki kecenderungan melanggar hukum atau menghasut audience untuk melanggar hukum, bahkan secara tidak sengaja?

2

Apa potensi bahaya bagi audience yang mengira narasi mungkin nyata? Perimbangkan dari sudut pandang audience dan pengamat yang mungkin menemukan narasi di luar konteks.

3

Apakah desain proyek transmedia berpotensi membahayakan keselamatan audience? khususnya anak-anak?

4

Apakah proyek transmedia punya kecenderungan menipu atau disalahgunakan pihak lain dengan dalih donasi sosial?



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 4, Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences, UNSW Australia.



**THANK YOU FOR
PARTICIPATING!**

Questions? Let us know!