

**ANALISIS TRANSMEDIA STORYTELLING SEBAGAI BENTUK  
KOLABORASI KARYA AKHIR MAHASISWA PRODI PENYIARAN DAN  
PERIKLANAN**

**Laelatul Pathia<sup>1)</sup>, Putri Surya Cempaka<sup>2)</sup>, Zaenab<sup>3)</sup>, Ni Made Widiastuti<sup>4)</sup>, Erika  
Zahrahayati<sup>5)</sup>**

<sup>1</sup>Penyiaran, Politeknik Negeri Media Kreatif, Jakarta Selatan, 12530

<sup>2</sup>Penyiaran, Politeknik Negeri Media Kreatif, Jakarta Timur, 13740

<sup>3</sup>Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif, Depok Jawa Barat, 16424

<sup>4</sup>Fotografi, Politeknik Negeri Media Kreatif, Jakarta Selatan, 12630

<sup>5</sup>Penyiaran, Politeknik Negeri Media Kreatif, Depok Jawa Barat, 16424

E-mail: laelatul.p@polimedia.ac.id

**Abstrak**

Mata kuliah Teknologi Informasi dan Komunikasi merupakan mata kuliah umum yang seragam diterapkan di program studi di bawah Jurusan Penerbitan. Di antaranya adalah program studi Penyiaran dan Periklanan yang turut memberikan mata kuliah tersebut dengan materi serupa, yaitu *transmedia storytelling*. Materi *transmedia storytelling* merujuk pada konsep kolaborasi lintas media dengan tujuan tertentu. Komunikasi yang dihasilkan dari kolaborasi tersebut seiring dengan konsep *transmedia storytelling* yang syarat akan penggunaan berbagai media dalam mencapai tujuannya. Maka, fokus penelitian ini adalah menganalisis konsep *transmedia storytelling* yang digunakan sebagai implementasi kolaborasi lintas program studi dalam Jurusan dengan rumpun ilmu yang serupa. Kolaborasi diidentifikasi pada objek karya mahasiswa kedua program studi tahun 2022, menggunakan metode analisis isi. Tujuan dari penelitian identifikasi keberhasilan konsep *transmedia storytelling* sebagai materi penunjang kolaborasi lintas program studi. Peneliti menganalisis dengan menggunakan tiga tahapan *transmedia storytelling* yaitu Canon, Apocrypha, dan Fanon, sehingga dapat mengidentifikasi karya akhir berdasarkan tingkat pengembannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tawaran dalam merancang kolaborasi karya akhir mahasiswa.

Kata kunci: *Transmedia Storytelling*, Kolaborasi, Karya Mahasiswa, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Program Studi.

*The Information and Communication Technology course is a general course that is uniformly applied in study programs under the Publishing Department at Politeknik Negeri Media Kreatif. Among them is the Broadcasting study program and Advertising study program which also provide this courses with similar material, namely transmedia storytelling. Transmedia storytelling refers to the concept of cross-media collaboration with specific goals. The communication resulting from this collaboration is in line with the concept of transmedia storytelling which requires the use of various media to achieve its goals. Thus, the focus of this research is to analyse the concept of transmedia storytelling which is used as an implementation of collaboration across study programs within departments with similar knowledge clusters. By using content analysis method, collaboration is identified in the object of work by students of the two study programs in 2022. The aim of this research is to identify the success of the transmedia storytelling concept as a supporting material for cross-study program collaboration. Researchers*



## 11<sup>th</sup> Applied Business and Engineering Conference

---

*analysed using three stages of transmedia storytelling, namely Canon, Apocrypha, and Fanon, so that they could identify the final work based on the level of its development. The results of this study are expected to be an offer in designing collaborative final student projects.*

**Keywords:** *Transmedia Storytelling, Collaboration, Students Projects, Information and Communication Technology, Study Programs*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Karya akhir merupakan karya mahasiswa yang menjadi penentu kelulusan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Program Studi Penyiaran dan Program Studi Periklanan berada di bawah Jurusan Penerbitan yang memiliki jumlah mahasiswa cukup banyak. Setiap tahunnya dua program studi tersebut meluluskan sekitar 150 mahasiswa dengan memiliki lima kelas per-angkatan. Maka, potensi kolaborasi antar dua program studi tersebut sangat memungkinkan.

Kolaborasi ini merupakan upaya untuk meningkatkan khasanah medium pembelajaran di bidang konten digital. Sesuai dengan *Roadmap* Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi 2023, pengembangan strategi dalam bentuk medium pembelajaran digital merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai dari kolaborasi ini. Kolaborasi antar prodi dapat dilaksanakan dengan menerapkan konsep *transmedia storytelling*. *Transmedia storytelling* merupakan salah satu materi dalam mata kuliah Teknologi Informasi dan Komunikasi yang diberikan di Prodi Penyiaran dan Periklanan. Penerapan mata kuliah ini serupa di setiap Prodi, maka kolaborasi sangat mungkin dilaksanakan.

Berbekal dengan materi serupa, *transmedia storytelling* berasosiasi pada konsep kolaborasi lintas media dengan tujuan tertentu. Komunikasi yang dihasilkan dari kolaborasi tersebut syarat akan penggunaan berbagai media dalam mencapai tujuannya. Merujuk hal tersebut, Prodi Penyiaran dan Periklanan dapat berkolaborasi untuk mengimplementasikannya pada karya akhir dengan rumpun ilmu yang serupa.

#### Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana bentuk kolaborasi yang dilaksanakan antara Prodi Penyiaran dan Prodi Periklanan dengan mengimplementasikan konsep *transmedia storytelling*?

## Tujuan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada identifikasi konsep *transmedia storytelling* pada lintas prodi. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi konsep *transmedia storytelling* dalam karya kolaborasi mahasiswa lintas Prodi dan menyusun model untuk kolaborasi lintas prodi di masa depan.
2. Memberikan fasilitas kepada dosen dan pengelola prodi terkait *database* karya akhir mahasiswa.

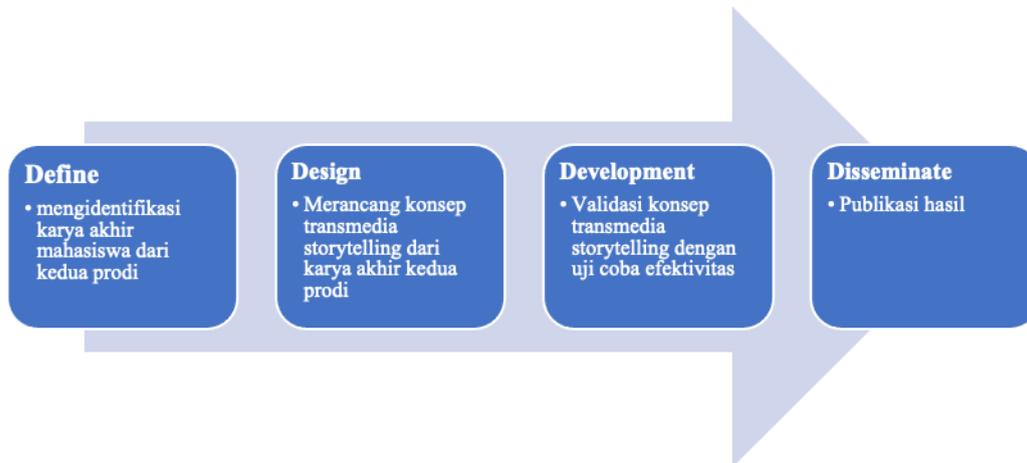
## METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif. Analisis isi kualitatif memiliki kecenderungan memaparkan dilihat dari konteks dan proses dari dokumen-dokumen sumber sehingga hasil yang diperoleh lebih mendalam dan rinci mengenai isi media serta mampu menjelaskan keterkaitan isi dengan konteks realitas sosial yang terjadi (Sumarno, 2020). Dengan analisis isi, penelitian ini mampu mengintegrasikan ilmu kedua program studi dalam memasarkan dan mengiklankan suatu produk penyiaran atau produk lainnya menggunakan *transmedia storytelling*.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis karya mahasiswa yang tertulis dalam karya akhirnya. Sedangkan sampel penelitian ini ialah karya akhir mahasiswa program studi penyiaran dan periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif tahun 2022.

Pada karya akhir mahasiswa program studi penyiaran tahun 2022, terdapat dua karya akhir program *Magazine* berjudul *Kemana Lagi Holiday* dan *Daycation*. *Kemana Lagi Holiday* merupakan program hiburan yang berisi informasi tempat-tempat liburan yang menarik untuk dikunjungi. Sedangkan *Daycation* merupakan program hiburan yang merekomendasikan tempat-tempat yang dapat dijadikan *staycation* untuk anak-

anak muda. Program magazine tersebut dapat berkolaborasi dengan konten audio visual youtube yang dibuat oleh mahasiswa program studi periklanan. Kedua program studi pada karya akhir ini memiliki tujuan yang sama yaitu mempromosikan sebuah produk yang dapat dibuat dalam konsep *transmedia storytelling*.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *TRANSMEDIA STORYTELLING*

*Transmedia storytelling* merupakan konsep untuk menjelaskan persebaran narasi (fiksi) ke berbagai media agar dapat membangun pengalaman hiburan yang terstruktur dan sistematis bagi khalayaknya. Setiap media yang digunakan memiliki kontribusi berdasarkan karakteristiknya masing-masing (Jenkins, 2006, dalam Rudawan, 2017). *Transmedia storytelling* memiliki fokus pada menyalurkan potongan-potongan narasi besar ke berbagai saluran sehingga dapat menyentuh khalayak dari berbagai *platform*.

Dalam bidang ilmu pendidikan, implementasi metode pembelajaran yang kolaboratif sudah bukan merupakan hal yang asing. Karya akhir pada program studi penyiaran memiliki dua spesifikasi yaitu radio dan televisi. Fokus penelitian yang diambil ialah televisi dengan program *Magazine*. Karya akhir tersebut akan dikolaborasikan dengan program studi periklanan, dimana mahasiswa memiliki fokus

pada pembuatan konsep iklan untuk promosi sebuah produk. Kolaborasi ini dilaksanakan demi meningkatkan mutu karya mahasiswa (Husna, et al., 2016).

### ***PROSES TRANSMEDIA STORYTELLING***

Proses *transmedia storytelling* merupakan proses yang melibatkan cerita utama atau produk kreatif yang disampaikan dalam dimensi-dimensi berbeda sebagai produk baru. Proses tersebut dibagi menjadi tiga fase yaitu **Canon, Apocrypha, dan Fanon**.

**Canon** merupakan dunia asal atau original dari sebuah produk utama. Dalam proses *transmedia storytelling*, Canon adalah fase dimana sebuah cerita dibangun ke dalam ruang lingkup fiksi, dimana cerita tersebut akan diterima oleh khalayak sebagai bagian yang sah dari sebuah seri. Cerita akan melalui ulasan, diskusi, selama pembuatan dan pengembangan seri/cerita (Jenkins, 2006, p. 281).

**Apocrypha** digambarkan sebagai dunia dimana sebuah cerita telah mengalami pengembangan. Pada fase ini, muncul cerita alternatif atau produk kreatif alternatif yang disebarakan lewat medium komunikasi yang beragam. Pengembangan produk kreatif alternatif dilakukan oleh kreator dari produk utama. Setiap produk alternatif yang tercipta dalam fase apocrypha bukanlah produk yang bisa berdiri secara independen (Jenkins, 2006, p.281).

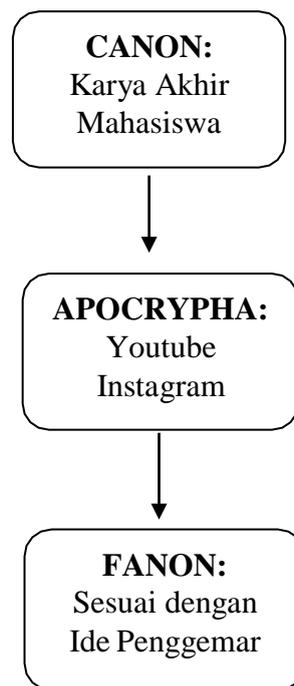
**Fanon** merupakan hasil dari dunia fiksi yang dapat berdiri secara independen. Berbagai macam produk kreatif pada fase Fanon adalah hasil produksi dari penggemar produk kreatif utama. Produk yang dibuat oleh penggemar dibuat berdasarkan produk utama, sehingga produk pada fase Fanon masih memiliki hubungan dengan produk kreatif utama. Meskipun begitu, kreator utama memegang kontrol terhadap produk utama (Jenkins, 2006, p.281).

Karya akhir mahasiswa program studi penyiaran dan periklanan berada pada tahap Canon karena mahasiswa membuat penelitian sendiri untuk memberikan perspektif kepada khalayak tentang konsep Magazine dan iklan. Kedua karya akhir ini dapat dikembangkan dengan Apocrypha seperti youtube, Instagram, atau media lainnya. Artinya produk kreatif yang dibuat oleh mahasiswa penyiaran dapat disebarakan melalui

medium komunikasi audio visual lainnya, begitu pun sebaliknya sehingga pengembangan produk akan lebih meluas dan dikenal masyarakat.

Sedangkan pada tahap Fanon, dua karya akhir ini dapat berkembang secara signifikan jika dilakukan beragam medium komunikasi oleh penggemar sehingga dapat berdiri secara independen.

### Contoh Kolaborasi *Transmedia Storytelling*:



Gambar 2. Contoh Kolaborasi *Transmedia Storytelling*

## SIMPULAN

Proses penentuan sebuah iklan dari karya mahasiswa program studi Periklanan dapat dirancang dalam konsep *transmedia storytelling* dengan melakukan kolaborasi. Kolaborasi tersebut dapat dilakukan dengan karya akhir mahasiswa program studi Penyiaran. Konstruksi pola *transmedia storytelling* karya akhir mahasiswa dapat dipadukan dengan produk yang berhubungan dengan promosi produk untuk berbagai *platform*. Meskipun demikian, perkembangan kolaborasi karya akhir mahasiswa saat ini

masih berada pada tahan Canon karena masih berupa produk original dari karya utama. Penelitian ini dapat menjadi tawaran rancangan dalam konsep *transmedia storytelling*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dwi, C. (2022). *Pembuatan Konten Audio Visual Industri Elektrifikasi Untuk Youtube PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia*. Diakses dari repository.polimedia.ac.id.
- Husna, A., S. & Adi, E. P. (2016). Aplikasi Kolaborasi Penulisan dan Penyuntingan Berbasis Web untuk Peningkatan Mutu Karya Ilmiah Mahasiswa. *Edcomtech: JurnalKajian Teknologi Pendidikan*, 1(1), pp. 59-68.
- Pratiwi, T., Wahdini, A., Adrian, A. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Transmedia Storytelling Pada Semesta “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini”. *Jurnal Ilmu Komunikasi Medialog. III (II)*, pp. 36-42.
- Riyanti, A. (2022). Peningkatan Kreativitas Penulisan Karya Ilmiah dengan Metode Kolaborasi Mahasiswa Prodi TLM Universitas Binawan. *BIP: Jurnal Bahasa IndonesiaPrima*, 4(2), pp. 276-284.
- Rudawan, R. A. (2017). Model Pengembangan Intellectual Property (IP) Berbasis Transmedia Storytelling. *KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika danKomputer*, 1(2), pp. 51-58.
- Salsabila, Y. (2022). *Peran Penulis Naskah Dalam Program Televisi Magazine Show “Daycation”*. Diakses dari repository.polimedia.ac.id.