

TRANSMEDIA STORYTELLING DALAM RANCANGAN FILM SIRAT MELALUI INSTAGRAM

Antonius Janu Haryono

Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Email: antoniusjharyono@gmail.com

Siti Suhada

Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia

Email: sitisuhada@unukaltim.ac.id

ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu media sosial paling populer di era digital yang tidak hanya berfungsi sebagai ruang berbagi momen pribadi, tetapi juga sebagai medium kreatif bagi para penggunanya. Sejalan dengan itu, penelitian ini membahas tentang transmedia *storytelling* yang diterapkan dalam proyek film sirat melalui media sosial Instagram @sirat_art. Meski film ini masih dalam tahap pengembangan, sutradara dan tim produksi memanfaatkan *platform* digital untuk memperkenalkan karakter dan naratif kepada calon audiens dan investor. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik dokumentasi dan observasi melalui visual dan teks gambar terhadap konten yang diunggah pada akun @sirat_art. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya sekadar sebagai alat promosi melainkan Instagram menjadi ruang bagi *filmmaker* untuk memperkenalkan ide cerita, gaya visual, dan visi kreatif sebelum film diproduksi sehingga calon audiens dan investor dapat melihat gambaran kualitas dari proyek film tersebut. Melalui pendekatan transmedia ini menegaskan bahwa integrasi media sosial sebagai bagian dari proses kreatif film membuka peluang baru bagi model produksi, distribusi, dan partisipasi audiens dalam ranah sinema.

Kata kunci: Transmedia, Storytelling, Film Sirat, Instagram @sirat_art

Pendahuluan

Pada industri film pendek di Indonesia, strategi pencarian pendanaan mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, salah satunya adalah penggunaan platform media sosial. Berbeda dengan film arus utama yang memiliki dukungan finansial lebih stabil, film pendek sering bergantung pada pendanaan mandiri, komunitas, serta sumber dukungan alternatif seperti dana hibah atau kampanye publik. Oleh karena itu, para pembuat film independen mulai mengeksplorasi dan memanfaatkan platform media sosial sebagai etalase produksi untuk menarik dukungan publik. Media sosial menjadi ruang bagi *filmmaker* untuk memperkenalkan ide cerita, gaya visual, dan visi kreatif sebelum film diproduksi sehingga calon investor dapat melihat gambaran kualitas dari proyek film tersebut.

Media sosial saat ini merupakan ruang ekspresif yang tidak hanya sekadar medium berbagi momen pribadi, tetapi juga menjadi medium kreatif. Salah satu media sosial populer yang banyak digunakan adalah Instagram. Menurut Data We Are Social: *Instagram (79.9) rank second and third (respectively), with this data suggesting that Meta's top messaging platform has a greater number of active app users than all of its*

Transmedia Storytelling dalam Rancangan Film Sirat melalui Instagram

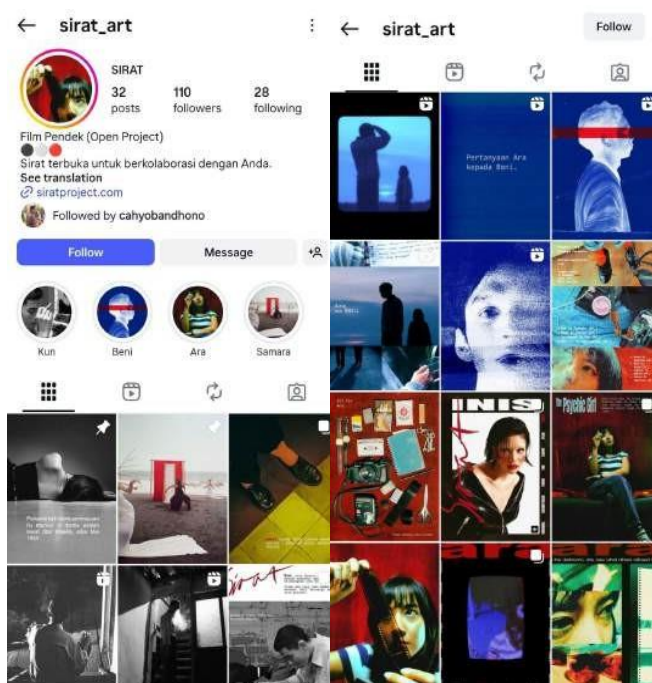
social networks (<https://datareportal.com/social-media-users>). Selain itu, pengguna instagram memiliki tingkat keterlibatan serta loyalitas terhadap komunitas merek yang paling tinggi (Phua et al, 2017). Media sosial saat ini merupakan ruang ekspresif yang tidak hanya sekadar medium berbagi momen pribadi, tetapi juga menjadi medium kreatif. Salah satu media sosial populer yang banyak digunakan adalah Instagram. Menurut Data We Are Social: *Instagram (79.9) rank second and third (respectively), with this data suggesting that Meta's top messaging platform has a greater number of active app users than all of its social networks* (<https://datareportal.com/social-media-users>). Selain itu, pengguna instagram memiliki tingkat keterlibatan serta loyalitas terhadap komunitas merek yang paling tinggi (Phua et al, 2017). Dengan banyaknya pengguna media sosial ini, Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang cocok untuk promosi bagi karya audio visual karena lebih mengedepankan segi visual dibandingkan dengan teks (Highfield & Leaver, 2016). Dengan fitur-fitur seperti *reels*, *stories*, dan *carousel post*, Instagram menyediakan ruang interaktif untuk membangun citra dengan melibatkan *audiens*. Dalam konteks produksi film, Instagram memungkinkan untuk menyampaikan beberapa hal, antara lain konsep visual, karakter atau tokoh, latar cerita, serta perkembangan pembuatan film, sehingga dapat menciptakan kedekatan antara pembuat film dengan calon penonton termasuk calon investor. Hal ini menjadikan Instagram tidak hanya sebagai media promosi namun juga menjadi media yang dapat memengaruhi keputusan dukungan dan pendanaan.

Proyek film pendek “Sirat” menjadi contoh objek yang relevan dalam penelitian ini untuk menunjukkan bagaimana media sosial dimanfaatkan sebagai strategi produksi film pendek yang kreatif. Perancangan film pendek ini diinisiasi oleh Nara Satriangga selaku Produser sekaligus Sutradara, dan saat ini masih dalam proses pengembangan dan pencarian pendanaan. Film pendek “Sirat” bercerita tentang rencana pernikahan Ara dan Beni yang gagal karena terungkapnya pembunuhan orang tua Beni oleh paman Ara yang terjadi pada saat peristiwa pembantaian tahun 1965. Di tengah gejolak emosi, Ara berusaha menyelidiki masa lalu kelim keluarganya dan menemukan rahasia besar di balik kematian orang tua Beni. Keberanian generasi penerus dalam menerima kenyataan atas kesalahan pendahulu serta berani menghadapinya sebagai pelajaran hidup untuk membangun masa depan yang lebih baik merupakan pesan utama yang ingin disampaikan oleh film “Sirat”.

Melalui akun Instagram @sirat_art, tim produksi film pendek “Sirat” membangun komunikasi yang konsisten sebagai bagian dari upaya memperkenalkan gagasan dasar cerita, visual *mood* dan latar sejarah yang menjadi pondasi cerita. Pada Instagram tersebut dapat dilihat konten-konten yang diunggah menggambarkan konflik emosional, elemen sejarah, serta *tone* visual yang ingin dibangun sehingga publik dapat memahami arah cerita film meskipun proyek baru memasuki tahap pencarian pendanaan. Keunikan dari pendekatan promosi proyek film Sirat terletak pada pemanfaatan konten berbasis karakter. Konten-konten yang diunggah menghadirkan tokoh-tokoh utama seperti Ara, Beni, Samara, dan Kun melalui video pendek dan gambar yang menampilkan ekspresi,

gestur serta *frame* naratif dari masing-masing karakter. Setiap konten yang diunggah tidak hanya memperkenalkan identitas karakter, namun juga memperluas dunia cerita film melalui elemen visual, arsip foto, cuplikan video, dan catatan historis.

Strategi ini sejalan dengan konsep transmedia *storytelling*, dimana narasi diperluas ke *platform* digital dalam bentuk konten yang bersifat mandiri namun tetap berkontribusi pada pemaknaan dunia cerita. Menurut Jenkins dalam bukunya yang berjudul *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* menjelaskan bahwa transmedia *storytelling* adalah proses ketika bagian-bagian penting dari sebuah cerita disebarkan secara sistematis ke berbagai media untuk menciptakan satu pengalaman hiburan yang terpadu. Idealnya, setiap media memberikan kontribusi unik dalam perkembangan cerita (Jenkins, 2006)



Gambar 1. Konten-konten pada akun Instagram film Sirat.

Transmedia *storytelling* pada sebuah produksi film sering kali dilakukan setelah proses distribusi film dalam bentuk *game*, komik, maupun *merchandise*. Contohnya pada penelitian yang berjudul Studi Penerapan Transmedia Storytelling pada Ip Karakter Darth Vader menunjukkan bahwa karakter Darth Vader tampil dalam tujuh film live-action Star Wars, serta hadir dalam berbagai serial animasi seperti *The Clone Wars*, *Star Wars: Rebels*, *Clone Wars (micro-series)*, dan *Star Wars: Forces of Destiny*. Tokoh ini bahkan memiliki lagu tema khusus berjudul “*The Imperial March*”.

Transmedia Storytelling dalam Rancangan Film Sirat melalui Instagram

Selain itu, ia memainkan peran penting dan berulang dalam berbagai adaptasi lain, termasuk permainan video, komik, dan novel (Satyagraha & Frederick, 2020). Hal tersebut juga ditemukan pada film *The Matrix* (1999) yang memiliki sekuel *The Matrix Reloaded* (2003) dan *The Matrix Revolutions* (2003) yang memainkan transmedia *storytelling* dengan merilis film asli terlebih dahulu untuk memikat minat penonton, menawarkan beberapa komik web untuk memuaskan hasrat keingintahuan para penggemar setia, meluncurkan anime untuk mengantisipasi rilis film sekuel yang kedua, serta merilis *game* untuk meningkatkan publisitas dan menutup semua rangkaian tersebut dengan merilis *The Matrix Revolutions* (Jenkins, 2006). Hal ini berbeda dengan proses transmedia *storytelling* pada proyek film Sirat yang dilakukan sebelum film diproduksi. Hal inilah yang menjadi celah penelitian yang ingin dijawab melalui pertanyaan tentang bagaimana strategi konten berbasis karakter melalui Instagram mencerminkan praktik transmedia *storytelling* dalam konteks produksi film pendek.

Teori dan Metodologi

Metode penelitian kualitatif deskriptif (Sugiyono, 2018) adalah pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena, masalah atau objek secara mendalam, faktual, dan akurat berdasarkan data yang tidak berupa angka melainkan kalimat, kata-kata, atau gambar. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemaknaan terhadap pola konten transmedia yang dikembangkan melalui Instagram sebagai perluasan naratif dari cerita film *Sirat*.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Instagram @sirat_art. Pengumpulan data dilakukan dalam dua teknik yaitu observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan melihat seluruh konten dalam Instagram @sirat_art. Pada penelitian ini dokumentasi berupa foto dan video. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sebuah teknik pengambilan sampel non-probabilitas di mana peneliti secara sengaja memilih sampel yang dianggap paling sesuai dengan tujuan penelitian, berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan. Pada penelitian ini populasi berjumlah 32 konten sementara sampel berjumlah 21 konten yang dipilih berdasarkan konten foto dan video yang berisi tentang penjelasan karakter, gagasan naratif dan *visual mood*.

“Data analysis consists of three concurrent flows of activity: data condensation, data display, and conclusion drawing/verification.” (Miles et al., 2014, p. 12) Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data melalui tabel beserta deskripsi serta penarikan kesimpulan dari sajian data yang ada.




Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori transmedia *storytelling*. Teori transmedia *storytelling* yang dikemukakan oleh Jenkins relevan digunakan dalam penelitian ini karena menawarkan kerangka konseptual mengenai cara sebuah narasi dapat dikembangkan melalui berbagai platform media secara terstruktur. Jenkins menegaskan bahwa setiap media idealnya menyumbangkan elemen cerita yang berbeda namun tetap berfungsi melengkapi keseluruhan konstruksi naratif. Kerangka ini sejalan

dengan pemanfaatan akun Instagram @sirat_art sebagai medium perluasan cerita film *Sirat*.






Untuk menjelaskan *mood* dan *tone* pada akun Instagram @sirat_art digunakan teori *mise en scene* dari buku *Film Art Introduction*. Menurut David Bordwell, *mise en scene* adalah segala sesuatu yang tampak dalam di dalam *frame*. Unsur-unsur visual yang termasuk dalam *mise en scene*, antara lain latar (*setting*), pencahayaan, kostum, *make up*, *staging* dan penampilan aktor dalam ruang adegan (Bordwell et al., 2017).





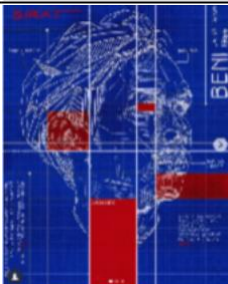
Hasil dan Pembahasan

Tabel 1 Video dan Foto Terpilih

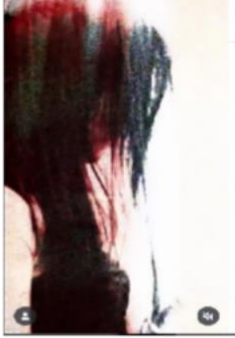

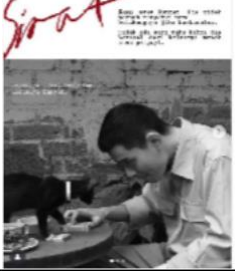


No.	Adegan Terpilih	Deskripsi Adeg
1.		<p>(Foto) ini bercerita tentang sosok Samara. Seseorang penghuni alam mimpi yang penuh kalut menjadi perempuan yang memberontak zaman melalui tarian. Amarahnya diluapkan melalui tarian yang indah, anggun.</p>
2.		<p>Video ini menjelaskan tentang latar belakang cerita “Sirat” yang diambil dari kisah masa 1965 dan 1998.</p>
3.		<p>Foto ini menjelaskan desain set kamar gelap yang didesain oleh Jalma.</p>

Transmedia Storytelling dalam Rancangan Film Sirat melalui Instagram

4.		Video ini bercerita tentang arti kata “Sirat”. “Sirat” diambil dari bahasa arab yang memiliki arti jembatan, jalan-jalan lurus yang harus ditempuh.
5.		Video ini mengisahkan tentang latar belakang pekerjaan Ara sebagai seorang fotografer di kota besar yang sarat kontektasi dan menipulasi. Ara seringkali dianggap aneh hanya karena terlahir sebagai indigo.
6.		Foto ini bercerita tentang karakter Ara yang sejak kecil memiliki kelebihan dapat melihat ruh manusia yang telah meninggal namun tidak seorang pun yang percaya dengan ceritanya. Ara selalu asyik dengan dunianya, ia tidak suka bekerja kelompok. Ara digambarkan sebagai sosok yang mudah bosan dan memiliki keingintahuan yang sangat besar.
7.		Foto ini menggambarkan tentang isi tas Ar. Namun pada keterangan gambar diberikan penjelasan tambahan tentang sifat, sikap, dan kebiasaan Ara.
8.		Video ini menggambarkan kisah Ara dan Beni yang mempertanyakan alasan kuat perihal keputusan Ara menerima pertunangan Beni.

9.		Video ini menggambarkan pertemuan Ara dan Beni hingga keduanya memutuskan bertunangan. Dalam perjalanannya, langkah- langkah yang mereka ambil justru menimbulkan banyak pertanyaan yang butuh jawaban.
10.		Video ini menjelaskan karakter Beni yang digambarkan sebagai sosok pintar,teratur, matematis sehingga ia memilih menjadi seorang arsitek. Bagi Ara, kehadiran Beni dalam hidupnya adalah sebuah misteri
11.		Video ini menggambarkan Ara yang turut mencari tahu akan misteri kematian kedua orang tua Beni. Ia memberikan Beni dua pilihan. Hidup di masa lalu atau melangkah ke masa depan.
12.		Video ini menggambarkan Beni dan Ara yang selalu bersama mempertanyaakn banyak hal yang tidak pernah memiliki jawaban. Pada video ini Beni mengungkapkan latarbelakang keluarganya yang hidup bersamanya saat ini.
13.		Foto ini menggambarkan sosok Beni yang mempertanyakan penyebab kematian ibu bapaknya yang dieksekusi mati. Beni perlu memberikan penjelasan kepada Ibu Ara sebagai syarat utama untuk menikahi Ara.

Transmedia Storytelling dalam Rancangan Film Sirat melalui Instagram

14.		<p>Video ini menggambarkan semua karakter dalam film “SIRAT” yaitu Ara, Beni, Kun, dan Samara dengan masih-masih hobinya.</p>
15.		<p>Foto ini menggambarkan sosok Kun. berasal dari keluarga ningrat Namun memilih hidup di jalanan.</p>
16.		<p>Foto ini menggambarkan karakter Kun atau Kunrat. Pada usia 13 tahun ia pergi dari rumahnya. Kun menyembunyikan status keluarganya karena merasa rumah hanyalah kenikmatan palsu yang selalu dirayakan dalam kebanalan.</p>
17.		<p>Video ini menggambarkan kegiatan Kun yang menyukai kucing. Berjalan dari gang ke gang sempit lainnya. Bersantai dengan rokoknya serta menulis di catatan kecilnya.</p>
18.		<p>Video ini memperdalam video sebelumnya. Masih berkisah tentang Kun dan keluarganya. Diperlihatkan foto keluarga yang disensor, kehidupan di rumah mewahnya namun sangat kontradiktif dengan kehidupannya setelah berumur 13 tahun. Hidup dari jalan ke jalan, gang ke gang, dan persimpangan ke persimpangan yang akhirnya membuat ia merasa lebih nyaman.</p>

19.		Foto ini menjelaskan semua karakter melalui setting tempat.
20.		Video ini kembali menggambarkan sosok samara. Sang pemberontak dengan menyuarakan kemarahannya melalui tarian dengan latar laut dan sebuah pemetaan tari.
21.		Video ini merupakan kilasan latar belakang kisah "Sirat" dari sebuah buku berjudul "Mereka yang Bersaksi" yang ditulis oleh Surya Ibrahim. Menceritakan sosok "Samara" yang disegani karena keberaniannya dalam menyuarakan amarahnya melalui tarian.

Penjabaran akan dibagi menjadi 3 bagian, yaitu: Pola transmedia storytelling, *Mise en scene* pada konten, dan Instagram sebagai transmedia dalam tahap pra produksi. Ketiga subbagian ini dimaksudkan untuk pemahaman yang lebih utuh tentang bagaimana strategi konten berbasis karakter mencerminkan praktik transmedia *storytelling* dalam konteks produksi film pendek.

1. Pola Transmedia Storytelling pada Akun Instagram @sirat_art

Berdasarkan hasil observasi terhadap konten-konten foto dan video pada akun Instagram @sirat_art, ditemukan bahwa media sosial tidak hanya difungsikan sebagai ruang promosi, tetapi sebagai bagian dari pembangunan cerita. Setiap konten menghadirkan naratif yang berdiri sendiri namun tetap terkait dengan alur dari film *Sirat*. Temuan ini sesuai dengan konsep *transmedia storytelling* Jenkins (2006), yaitu narasi yang diperluas melalui berbagai media, dan setiap media memberikan kontribusi unik pada pengembangan cerita. Konten yang diunggah menampilkan tiga pola utama.

Transmedia Storytelling dalam Rancangan Film Sirat melalui Instagram

a. Pengembangan Karakter

Film Sirat memiliki 5 tokoh yaitu: Ara, Beni, Kun, Samara dan Sakti namun pada saat penelitian ini dilakukan baru terdapat 4 tokoh yang diunggah di akun Instagram. Setiap tokoh memiliki 3D karakter yang berfungsi untuk memperdalam latar, motivasi, dan konflik personal. Tokoh Ara digambarkan sebagai sosok indigo pada (konten 3, 5, dan 6). Beni tampil sebagai sosok rasional, teratur, dan matematis, dengan konflik keluarga terkait kematian orang tuanya (Konten 10, 12 dan 13). Kun dihadirkan sebagai karakter yang meninggalkan keluarga ningrat dan memilih hidup liar di jalanan (Konten 15, 16, 17 dan 18). Samara muncul sebagai figur simbolis yang mengekspresikan pemberontakan melalui tarian (Konten 1, 2, dan 20).

b. Latar Cerita dan Konteks Sejarah

Film Sirat mengangkat latar sejarah 1965 dan 1998. Beberapa video (konten 2, 4, 21) memberikan cuplikan konteks sejarah tersebut melalui narasi visual, referensi arsip, dan penjelasan konsep “Sirat” sebagai jembatan moral. Pemberian konteks sejarah melalui Instagram memperluas akses audiens terhadap dunia film.

c. *World-Building* Melalui Objek dan Ruang

Konten seperti desain set kamar gelap (konten 3), isi tas Ara (konten 7), serta ruang-ruang yang menjadi tempat karakter berinteraksi (konten 19) menunjukkan elemen produksi yang biasanya tidak terlihat oleh audiens.

Unggahan semacam ini menghadirkan pengalaman *behind the scenes* yang memperdalam pemahaman audiens atas atmosfer cerita, sekaligus menunjukkan proses kreatif tim produksi.

2. Analisis *Mise-en-Scène* dalam Konten Instagram

Mengacu pada teori *mise-en-scène* dari Bordwell (2017), unsur visual seperti setting, pencahayaan, kostum, dan perilaku aktor terlihat kuat dalam konstruksi konten @sirat_art

a. Setting dan Atmosfer Visual

Beberapa foto dan video menonjolkan suasana dingin, gelap, dan penuh ketegangan emosional, sesuai *tone* film yang mengusung tema trauma masa lalu. Contoh: Foto kamar gelap (konten 3) mempertegas dunia fotografi sebagai elemen naratif dan simbol pencarian kebenaran. Ruang-ruang kota yang sempit, gang-gang, dan rumah mewah yang kontras pada konten Kun (konten 16–18) mempertegas konflik kelas dan kemuakan Kun terhadap kepalsuan keluarganya.

b. Pencahayaan (*Lighting*)

Bordwell (2017) dalam bukunya menjelaskan bahwa film-film dengan pencahayaan *low-key* sering diterapkan pada adegan muram, mengancam dan misterius. Hal tersebut juga banyak ditemukan pada konten film *Sirat* yang nampak cenderung *low-key*, menciptakan kontras dan atmosfer muram yang menegaskan konflik batin para tokoh. Pencahayaan gelap pada karakter Ara dan Samara menonjolkan dunia misteri dan spiritual. Cahaya natural yang lembut pada beberapa video pasangan Ara–Beni (konten 8–12) digunakan untuk menyeimbangkan tensi emosional dan menghadirkan kesan intim. Penggunaan kontras yang tinggi dan warna hitam putih pada konten karakter Kun menunjukkan citra visual yang muram dan mengancam. Hal ini cukup membantu memperkuat emosi tokoh Kun sebagai orang yang menentang kemapanan dan memilih hidup dijalan.

c. Kostum dan Identitas Visual Karakter

Ara tampil dengan gaya yang simpel, rebel, dan artistik, mencerminkan sifat penyendiri dan rasa ingin tahu yang besar. Beni berpakaian rapi dan formal, menegaskan karakter matematis dan teratur. Kun memakai pakaian yang lusuh dan kasual, menguatkan citra hidup di jalan. Samara tampil dengan kostum tari estetik, menciptakan citra simbolis dan metaforis. Kostum menjadi elemen penting dalam *world-building*, membantu audiens mengenali karakter bahkan tanpa dialog.

d. Staging dan Perilaku Karakter

Gestur, ekspresi wajah, dan interaksi karakter–kamera memperlihatkan pemanfaatan *staging* yang sengaja dibangun: Samara yang menari sebagai ekspresi amarah (konten 1 dan 20). Ara yang sering tampak termenung dan menyendiri, menandakan beban psikologisnya. Kun yang berjalan di gang-gang dan menyendiri dengan rokoknya menegaskan kehidupan bebas tanpa rumah.

1. Instagram sebagai Platform Transmedia dalam Fase Pra-Produksi

Berbeda dari praktik transmedia pada *Star Wars* ataupun *The Matrix* (Jenkins, 2006; Satyagraha & Frederick, 2020), proyek *Sirat* menempuh jalur unik: transmedia dimulai bahkan sebelum film dibuat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa:

1. Instagram berfungsi tidak hanya sebagai media pemasaran, tetapi juga sebagai ruang pengembangan cerita (*story development*). Hal ini selaras dengan pernyataan Jenkins (2006) bahwa dalam praktik transmedia, “*each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story*” (p. 98). Konten foto, video, dan narasi pendek yang diunggah pada akun @sirat_art menjadi fragmen naratif yang memperluas dunia cerita *Sirat* meskipun filmnya belum diproduksi.

Transmedia Storytelling dalam Rancangan Film Sirat melalui Instagram

2. Audiens dapat membangun ekspektasi dan pemahaman awal terhadap dunia cerita sebelum film dirilis. Hal ini sejalan dengan gagasan Jenkins (2006) bahwa audiens dalam era konvergensi tidak lagi pasif, tetapi melakukan eksplorasi lintas platform untuk memahami keseluruhan dunia cerita.
3. Strategi ini berpotensi meningkatkan peluang pendanaan melalui *digital engagement* antara pembuat film dan calon penonton maupun investor. Sebagaimana dijelaskan lebih lanjut oleh Jenkins, Ford, dan Green (2013), konten yang dirancang untuk *spreadability* akan mendorong audiens untuk berinteraksi, membagikan, dan menjadi bagian dari proses pembentukan nilai cerita. Interaksi ini membuka peluang bagi pembuat film untuk menarik perhatian calon penonton dan calon investor secara simultan, terutama ketika mereka dapat melihat visi visual dan naratif sejak awal.

Simpulan

Pembangunan karakter, latar sejarah, elemen visual, hingga objek-objek simbolik menjadikan Instagram @sirat_art bukan hanya media promosi, tetapi ruang kreatif yang membangun kedalaman cerita. Analisis *mise-en-scène* memperlihatkan bahwa konten diproduksi dengan kesadaran estetika tinggi, terutama melalui pengaturan pencahayaan, *staging*, warna, serta pengadegan aktor yang konsisten, sehingga menegaskan *tone* film yang kalam, intim, dan emosional. Temuan ini menunjukkan bahwa pada era teknologi komunikasi saat ini, melibatkan penonton dalam dunia cerita film dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial meskipun film belum selesai diproduksi atau dirilis secara resmi. Dalam konteks ini, proyek film Sirat berhasil memanfaatkan Instagram sebagai medium transmedia untuk memperkenalkan karakter dan dunia naratifnya secara bertahap, sehingga calon penonton maupun calon investor dapat memahami arah estetika, muatan tematik, serta potensi dramatik yang dibangun sejak tahap pengembangan.

Selain itu, penelitian ini membuka peluang baru untuk studi tentang strategi transmedia pada fase pra-produksi, dan perlu dikembangkan pada platform selain Instagram seperti TikTok atau YouTube Shorts untuk melihat dinamika interaktivitas calon audiens maupun calon investor.

Referensi

- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2017). *Film art: An introduction* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and Digital Methods: Studying Visual Social Media, from Selfies and GIFs to Memes and Emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47-62. 10.1080/22041451.2016.1155332
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Phua, J. Phua, J.J., Jin, S.A. & Kim, J.H. (2017). Gratifications of Using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to Follow Brands. *Telematics & Informatics*, 34(1), 412-424. <https://doi.org/10.1016/J.TELE.2016.06.004>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Satyagraha, G., & Frederick, G. (2020). Studi penerapan transmedia storytelling pada IP karakter Darth Vader. *Jurnal Cakrawala Ilmu*, 2(2), 45–58.
- DataReportal. (2024). *Social media users*. <https://datareportal.com/social-media-user>

Transmedia Storytelling dalam Rancangan Film Sirat melalui Instagram