

Transmedia Storytelling dalam Hallyu 4.0: Analisis pada Stray Kids = Transmedia Storytelling in Hallyu 4.0: Analysis of Stray Kids

Adiva Charisma Zafira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20528950&lokasi=lokal>

Abstrak

Korean pop music often referred to as K-pop, is one of Hallyu's biggest industries. Hallyu, or the Korean wave, is the term used to describe the globalisation of South Korean culture that encompasses many aspects of Korean pop culture (Nye, 2009). The K-pop industry has participated in various ways throughout the many generations to renew and enhance the K-pop experience as a means to tackle the boundaries of the international entertainment industry as well as globalisation and the oversaturation of the market itself. This study's curiosity is focused on K-pop idol groups' content and product distribution, especially for Stray Kids, one of the many currently active fourth-generation idol groups and Hallyu 4.0. Thus, grounded in Jenkins' Transmedia Storytelling principles (2009), this study seeks to examine the various media channels used by Stray Kids to release their content using Jenkins' concept of the Principles of Transmedia Storytelling. The findings suggest that 1) Stray Kids' content dispersal encompasses transmedia storytelling; 2) there is an obvious highlight of interest in the creation of content that provides depth to idols' identity.

.....Musik pop Korea, sering disebut sebagai K-pop, adalah salah satu industri terbesar Hallyu. Hallyu, atau Korean

wave, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan globalisasi budaya Korea Selatan yang mencakup

banyak aspek budaya pop Korea (Nye, 2009). Industri K-pop telah memperbarui dan meningkatkan K-pop, sebuah

perluasan yang terlihat dari generasi ke generasi, khususnya dalam hal konten; baik secara kuantitas, kualitas, maupun penggunaan media selama empat era Hallyu atau gelombang budaya pop Korea. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada sifat transmisi konten dan distribusi produk Stray Kids sebagai salah satu idol group K-pop generasi keempat yang juga merupakan bagian dari Hallyu 4.0. Studi kasus ini akan menggunakan analisis konten serta prinsip Transmedia Storytelling dari Henry Jenkins (2009) sebagai landasan teori dalam menelaah berbagai saluran media yang digunakan oleh Stray Kids untuk merilis konten mereka. Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) penyebaran konten Stray Kids mencakup transmedia storytelling; dan 2) terdapat minat pada produksi konten yang membantu dalam membangun identitas idol.