

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
GLOSARIUM.....	xiii
INTISARI.....	xxvi
ABSTRACT.....	xxvii
BAB I:	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4. Lingkup Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.6. Tinjauan Pustaka	14
1.7. Landasan Teori.....	19
1.7.1. <i>Transmedia Storytelling</i>	21
1.7.2. Estetika Proliferasi Penciptaan <i>World Building</i>	23
1.7.3. Transformasi Ekspansi Transmedial Penciptaan <i>World Building</i>	26
1.7.4. Budaya Konvergensi: Praktik Paratekstual dalam Ekonomi Afektif	27
1.7.5. Nostalgia: Utopia Memori Retrospektif dan Prospektif.....	30

1.7.6. Reinvensi Nostalgia	32
1.8. Metode Penelitian.....	39
1.8.1. Teknik Pengumpulan Data	39
1.8.2. Metode Analisis Data	43
1.8.3. Kerangka Pemikiran Penelitian	44
BAB II:	
FENOMENA STRATEGI <i>TRANSMEDIA STORYTELLING</i> : KONVERGENSI, PARTISIPASI DAN EKONOMI AFEKTIF	45
2.1. Logika dan Praktik Konvergensi Media	47
2.2. Budaya Partisipatif dalam Era Ekonomi Afektif	51
2.3. Pengetahuan Kolektif dan Kecerdasan Kolektif	56
2.4. Penulisan Kolaboratif dan Pemahaman Aditif <i>Transmedia Storytelling</i> ..	62
2.5. Fenomena <i>Transmedia Storytelling</i> dalam Industri Kreatif Indonesia	69
2.6. Catatan Penutup	73
BAB III:	
STRATEGI <i>TRANSMEDIA STORYTELLING</i> : REINVENSI <i>WORLD BUILDING</i> NOSTALGIA SERIES GENERASI 90AN	75
3.1. Partikularisasi dan Paralelisasi <i>World Building</i> Series Generasi 90an	77
3.2. Transisi Imobilitas Karakter dalam Inventarisasi Direktori Kolosal	96
3.3. Ruang Semu Eskapisme dan Substitusi Simbolik Audiens	107
3.4. Realitas Nostalgia Distopia Indonesia Era 1990-an.....	114
3.5. Catatan Penutup	126
BAB IV:	
PROFIT EKSPANSIF: STRATEGI <i>TRANSMEDIA STORYTELLING</i> DALAM INDUSTRI REINVENSI NOSTALGIA SERIES GENERASI 90AN	128
4.1. Berbagi Keuntungan dalam Produksi Kolaboratif	129
4.2. Ekspansi Pasar: Proliferasi Komoditas dalam Ekso/Endokolonisasi.....	143

4.3. Ruang Partisipasi Imersif Audiens Generasi 90an.....	155
4.4. Reinvensi Proliferasi Naratif <i>Storyworlds</i> Series Pop Generasi 90an	168
4.5. Catatan Penutup	178
BAB V:	
<i>TRANSMEDIA STORYTELLING</i> SEBAGAI STRATEGI PASIFIKASI	
INDUSTRI BUDAYA SERIES GENERASI 90AN	182
5.1. Manipulasi Jaringan Naratif Memori Nostalgia Politik 90-an Indonesia	183
5.2. Romantisasi dan Dekontekstualisasi Objek Apolitis	191
5.3. Otoritas Politis Kreator Generasi 90an	198
5.4. Catatan Penutup	208
BAB VI:	
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	211
6.1. Kesimpulan	212
6.2. Rekomendasi	217
DAFTAR PUSTAKA	219
LAMPIRAN.....	230