

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Goblin Adventure : Rise of The Goblin King adalah sebuah *Mobile 3D Action Adventure Platformer Game*, dengan karakter utamanya yaitu seorang *Goblin*. *Goblin Adventure* terinspirasi dari beberapa *game* klasik seperti *Crash Bandicoot* dan *Super Mario 3D*. *Objective* atau tujuan dari *game* ini adalah mencuri semua harta utama dari klan *goblin* lain agar *karakter utama* dari *game* ini dapat menjadi seorang raja *goblin*. Logo *Goblin Adventure* dapat dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 Logo *Goblin Adventure*

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Latar dunia dari *Goblin Adventure* adalah sebuah dunia *medieval fantasy* dimana terdapat berbagai monster dan sihir. Pada dunia ini terdapat berbagai klan *goblin*. *Goblin Adventure* memiliki *gameplay action platformer* dimana Main Character dapat menjelajahi *level*, melewati rintangan, mengumpulkan *collectibles* & menebas musuh secara bebas. Desain *game* dari *game* ini merupakan *instance based level challenge*, dimana menyelesaikan *challenge level* secara bertahap.

Goblin Adventure memiliki keunikan dimana karakter *goblin* yang biasanya adalah seorang musuh yang dibasmi, pada *game* ini menjadi karakter utama yang di dimainkan oleh para pemain. *Goblin Adventure* juga menyajikan grafik tinggi pada platform mobile yang membuat *game* indah untuk dipandang. Berikut pada gambar 1.2 adalah screenshot didalam *game* *Goblin Adventure*.



Gambar 1.2 *Screenshot Goblin Adventure*

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Model bisnis yang digunakan pada game *Goblin Adventure* adalah model bisnis freemium atau yang sering dibilang free-to-play (F2P). Pemain game dapat memainkan *game* secara gratis namun pemain akan mendapatkan iklan didalam *game* dan akan terdapat *in-app-purchase* didalam *game*

Target audience dari game *Goblin Adventure* adalah penggemar dari game platformer seperti *Crash Bandicoot* yang ingin memainkan game dengan gameplay yang sama pada platform mobile. Dari segi demografi, target audience dari game ini adalah laki-laki dengan umur 13 tahun keatas dengan kemampuan membaca bahasa inggris.

Project *Goblin Adventure* adalah *video game* yang dikembangkan oleh penulis sendiri sejak tanggal 25 Juni 2021 dan telah rilis pada platform *itch.io* dengan versi open alpha 0.1.1 pada tanggal 12 Juli 2022.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri *video game* adalah industri yang berisi bisnis miliaran dolar dan telah berlangsung selama bertahun-tahun (Statista, 2021). Pendapatan dari pasar *game* pada tahun 2020 di pasar PC di seluruh dunia diperkirakan mencapai hampir 37 miliar dolar AS, sementara pasar *game* seluler menghasilkan perkiraan pendapatan lebih dari 77 miliar dolar AS. Pada tahun 2020, bermain *video game* menjadi salah satu aktivitas paling populer selama wabah awal pandemi global COVID-19. Terutama generasi muda Gen Z dan Milenial yang menghabiskan lebih banyak waktu untuk bermain *game* karena *video game* adalah cara yang nyaman untuk menghabiskan waktu selama masa pandemi (Statista, 2021).

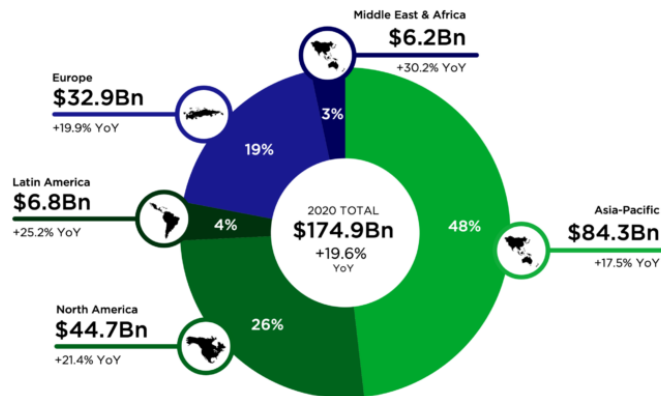
Pada tahun 2020, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyampaikan, bahwa industri *game* di Indonesia telah menyumbang Rp 24,88 triliun atau 2,19% kontribusi dari total PDB nasional. Namun pengembang lokal hanya menguasai 0,4% pasar *game* lokal, dimana industri asing masih mendominasi pasar nasional (Saputro, 2021).

Sejumlah peristiwa mempercepat pertumbuhan industri *video game* pada tahun 2020. Menurut Global X ETFs (2021), pandemi COVID-19 mendorong banyak orang untuk bermain *video game* sebagai hiburan yang dapat dilakukan dirumah. Perilisan *game* konsol baru, sejumlah perilisan judul *game* besar baru, dan munculnya komunitas *game* juga berkontribusi pada pertumbuhan. Akibatnya, pendapatan industri *Global Games Market* mencapai \$175 miliar pada tahun 2020, meningkat hampir 20% dari 2019 yang dapat dilihat pada Gambar 1.2 (Newzoo, 2021).



2020 Global Games Market

Per Region With Year-on-Year Growth Rates



Source: ©Newzoo | 2020 Global Games Market Report | October Update
newzoo.com/globalgamesreport

Gambar 1.3 Global *Games* Market 2020

Sumber: Newzoo.com, 2020

Walaupun valuasi dari Industri *Game* Global selalu naik setiap tahun, ada fenomena menarik yang terjadi pada segment *Indie Game*. *Indie Game*, kependekan dari independent *game*, merupakan *game* yang dikembangkan oleh developer independen. Kebalikan dari *game indie* adalah *game triple-A* dimana AAA adalah singkatan dari *A lot of time*, *A lot of resources* and *A lot of money*. Perbedaan utama antara kedua jenis *game* ini adalah bahwa pengembang *indie* tidak memiliki publisher besar. Selain kurangnya publisher yang kuat secara finansial, *Indie Developer* kekurangan sumber daya manusia. Sementara studio *game triple-A* memiliki tim yang terdiri lebih dari 100 orang, dimana kebanyakan *Indie Developer* bekerja sendirian, atau dalam tim kecil yang terdiri dari beberapa orang (Mateo Bosnjak & Tihomir Orehovacki, 2018).

Terdapat fenomena yang terjadi di *indie game* development dimana mayoritas *indie game* development banyak yang berujung gagal secara finansial. Dalam sebuah interview yang dilakukan Into Indie Game (2020), Justin French, CEO dari Dream Harvest mengatakan rata-rata *game* di platform steam menghasilkan kurang lebih \$16K di tahun pertama penjualannya, *Game-game* ini tidak pernah menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutupi waktu pengembangan dan biaya lainnya mengingat development *game* mengambil waktu yang lama dan gaji pegawai juga tidak murah. Data pendapatan *Lifetime Indie game* dapat dilihat pada pada Gambar 1.3.



Gambar 1.4 Pendapatan *Lifetime Indie game*

Sumber: VG Insight, 2020

Data dari VG Insight menunjukkan lebih dari 50% *game indie* di platform steam tidak pernah menghasilkan lebih dari \$4,000. (VG Insight, 2020). Menurut Justin French, letak masalah mengapa banyak *indie game* yang gagal yaitu dikarenakan pasar *game* dibanjiri oleh para amatir dan penghobi yang tidak tahu bagaimana membuat *game* yang sukses secara komersial (Into Indie Games, 2021) Banyak developer yang asik dengan kreasinya namun akhirnya tidak melakukan riset pasar, melupakan sisi *Customer Experience* yang sebenarnya dirasakan para pemain & kurangnya *player engagement* pada development *game* membuat developer buta dimana letak kesalahan mereka (Game Marketing Genie, 2021).

Terdapat beberapa contoh pengembang *Indie Game* yang awalnya mengalami kegagalan, namun berhasil mencapai kesuksesan setelah melakukan inovasi. Sam Hogan, pengembang *game* *Stick With It* pada platform mobile, menceritakan

bagaimana *game* *Stick With It* yang awalnya hampir gagal, menjadi sukses setelah pengembang melakukan inovasi pada *game* tersebut yang berdasarkan feedback dari pemain yang memainkan *game* *Stick With It*. Revenue *game* *Stick With It* yang awalnya terus menurun, berubah tren menjadi naik ketika pengembang mendengarkan keluhan dari para pemain *game* tersebut (Sam Hogan, 2020).

Berdasarkan fenomena kegagalan *indie game* yang telah dipaparkan. Penulis menyimpulkan perlunya melakukan evaluasi *Customer Experience* pada objek penelitian penulis. Disini penulis ingin melakukan evaluasi *Customer Experience* pada *game* yang penulis kembangkan sendiri yaitu *Goblin Adventure* dengan metode *Customer Journey Mapping*.

Untuk memberikan evaluasi *Customer Experience* pada *game* *Goblin Adventure*, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Evaluasi *Customer Experience* Pada *Video Game* *Goblin Adventure* Dengan *Customer Journey Mapping*”

1.3 Perumusan Masalah

Game *Goblin Adventure* merupakan *game* komersial pertama yang dikembangkan oleh penulis. *Game* *Goblin Adventure* dikembangkan khusus pada platform mobile, saat ini *game* sedang dalam tahap pengembangan yang akan memasuki status alpha testing pada saat penelitian ini dilakukan.

Genre Adventure merupakan genre yang sangat digemari pada tahun 2021. Pada analisis pada Google Trend, lingkup dari pencarian kata kuncinya adalah seluruh dunia dan rentang waktu 12 bulan terakhir dengan kategori permainan dengan kata kunci Adventure *Game* menempati posisi teratas dibandingkan kata kunci populer untuk pencarian *game* yang populer untuk dimainkan.

Pasar *game* mobile terus berubah dan berkembang. Perilaku *gamer* beberapa tahun yang lalu sangat berbeda sekarang. Bagi seorang pengembang *game* atau publisher, penting mengetahui industri *game* seluler dari luar dan dalam. Hal ini termasuk mengikuti tren dan memiliki pengetahuan mendalam tentang pasar *game*

seluler. Dimana hal ini merupakan cara untuk membuat keputusan berdasarkan informasi.

Dari observasi dan wawancara yang dilakukan penulis dengan pengembang *game* indie lain, banyak pengembang yang merasa kesulitan dalam menjalankan aspek bisnis dari *game*, kebanyakan *game* indie mobile gagal melakukan user acquisition dan terdapat tingkat retensi yang tinggi pada *game*. Dalam beberapa *game* yang dirilis, terdapat *game* yang dapat sukses setelah melakukan pembaharuan pada *game* setelah mendapatkan feedback dari para pemain.

Banyak pengembang *game* yang telah melakukan riset user experience namun tidak melakukan riset *Customer Experience*. *Customer Experience* adalah hal yang sangat penting dalam pengembangan *game*, karena *Customer Experience* mengcover secara holistic keseluruhan proses bisnis dalam *game*.

Customer Journey Map merupakan tool yang digunakan dalam memetakan perjalanan pelanggan, Banyak penelitian terdahulu yang menggunakan *Customer Journey Mapping* untuk objek lain, namun belum ada yang menggunakan *Customer Journey Mapping* pada objek *video game*.

Pada tingkat yang luas, *Customer Journey Mapping* memungkinkan pelaku bisnis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas ekosistem bisnis melalui format yang menarik secara visual. Lebih tepatnya, setiap peta mengidentifikasi dimana *pain point* terjadi untuk customer. *Service Blueprint* selanjutnya menginformasikan perkembangan rekomendasi untuk perbaikan (Mucz & Gareau-Brennan, 2019).

Banyak organisasi harus meningkatkan CX, sebagai salah satu isu terpenting yang mendefinisikan loyalitas pelanggan. CX adalah fenomena yang kompleks dan sangat pribadi. Oleh karena itu, studi CX memakan waktu dan biaya. Studi HCI biasanya berfokus pada UX, berurusan dengan satu produk, sistem, atau layanan. CX menawarkan tampilan holistik sebagai gantinya. Itulah mengapa CX harus menjadi topik HCI, bukan hanya Service Science (Bascur et al., 2019).

Customer Journey Mapping adalah alat dan proses yang sangat berguna dan

kuat. Baik digunakan sendiri atau bersama dengan alat lain di kotak alat desain layanan, ini memungkinkan percakapan seputar bagaimana produk perusahaan sebenarnya digunakan dan menyediakan metode untuk menggali akar masalah seputar gagasan tentang kemampuan menemukan dan navigasi. CJM, dengan presisi yang tepat, menggambarkan berbagai titik kontak dan menyoroti interaksi perusahaan dengan customer (Marquez et al., 2015).

Disini dapat dilihat pentingnya melakukan eksplorasi evaluasi *Customer Experience* pada pengembangan *Goblin Adventure* dengan *Customer Journey Mapping* dalam memetakan pengalaman pelanggan secara komprehensif. Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka pertanyaan penelitian yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana status *Customer Experience* saat ini pada *game Goblin Adventure*?
2. Apa saja *pain points* yang dirasakan customer pada *game Goblin Adventure*?
3. Bagaimana rekomendasi solusi yang harus dilakukan untuk melakukan peningkatan pada *Customer Experience* dari *game Goblin Adventure*

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka tujuan penelitian yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan status *Customer Experience* saat ini pada *game Goblin Adventure*
2. Mengidentifikasi *pain points* apa saja yang dirasakan customer pada *game Goblin Adventure*
3. Mengembangkan rekomendasi solusi yang harus dilakukan untuk melakukan peningkatan pada *Customer Experience* dari *game Goblin Adventure*

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yang diharapkan dapat diterapkan untuk kedepannya. Manfaat-manfaat tersebut adalah:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan atau bahan pemikiran tentang bagaimana cara melakukan evaluasi *Customer Experience* pada suatu bisnis digital khususnya pada industri *game*. Secara keseluruhan, pada aspek teoritis penelitian ini akan berkontribusi pada berbagai hal sebagai berikut :

- a) Memberikan informasi keefektifan dari metode *Customer Journey Mapping* dalam mengevaluasi *Customer Experience* dari perusahaan dibidang *Game*.
- b) Memberikan informasi keefektifan dari metode *Fishbone Diagram* dalam mengevaluasi *Customer Experience* dari perusahaan dibidang *Game*.

2. Aspek Praktis

Penelitian diharapkan akan dapat membantu pengembangan *game Goblin Adventure* dan dapat melakukan improve pada *Customer Experience* pada *game*. Diharapkan juga dapat membantu para *indie game* developer sebagai contoh dalam melakukan evaluasi *Customer Experience* mereka. Secara keseluruhan penelitian ini akan berkontribusi pada berbagai hal sebagai berikut :

- a) Menjadi contoh bagi startup teknologi dalam melakukan validasi asumsi pada produk startup
- b) Menjadi contoh bagi *Indie Game Developer* untuk melakukan evaluasi *Customer Experience* pada produk *game* yang dikembangkan
- c) Meningkatkan kemungkinan produk *game* dari *Indie Game Developer* untuk berhasil di pasar.
- d) Menjadi contoh dalam memvalidasi konten *update* yang akan dikembangkan

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memperoleh gambaran singkat, penelitian ini dibagi dalam lima bab yang secara garis besarnya bab demi bab disusun sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pernyataan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang terkait dengan penelitian, penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, validitas, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis jawaban responden, analisis statistik dari hasil pengolahan data dan pembahasannya.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini berisi simpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran