

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan *video game* tak dapat dipungkiri dalam beberapa dekade terakhir, dimulai dari tahun 1958 *video game* pertama di dunia, *Pong*, yang memiliki *gameplay* dan grafis yang sederhana sampai permainan masa kini dengan grafis realistik, cerita yang menarik, dan sistem yang paling mutakhir. Platform atau media yang digunakan untuk menjalankan *video game* juga kian hari semakin berkembang seperti komputer dan konsol, namun dengan penemuan *smartphone*, *video game* kini adalah sarana hiburan yang paling digemari di masyarakat luas. Pengaruh *smartphone* tidak hanya dari sisi hiburan saja tapi dalam hal komunikasi, pencarian informasi dan transaksi jual beli.

Pada awalnya *video game* dirancang sekedar untuk hiburan jangka pendek saja, namun para pengembang *game* mulai merancang permainan yang *sustainable* atau dapat dimainkan secara berkepanjangan, hal ini diperlukan modal biaya yang tinggi secara jangka panjang. Oleh karena itu para pengembang *game* merancang model bisnis baru dengan membuka sistem jual-beli didalam *game* untuk mendapatkan konten-konten yang baru. Pada tahun 2006, perusahaan *game* Bethesda mengeluarkan sebuah konten berbayar didalam *game* untuk bereksperimen memperlihatkan bagaimana reaksi pasar terhadap *Downloadable Content* (DLC). Harga yang dipatok barang digital tersebut terbilang mahal dan mendapat kritik keras, namun konten tersebut merupakan konten berbayar kesembilan yang paling laku dalam sejarah Bethesda. (J.Ransom Willy, 2006:1).

Kesuksesan model bisnis ini dilirik oleh perusahaan-perusahaan *video game* besar lain seperti Electronic Arts, Ubisoft Entertainment, Square Enix, Konami, dan lainnya untuk mengeluarkan konten digital berbayar didalam *game*, pada awal implementasinya konten ini terbatas dengan akses pasar yang rumit dan

keterbatasan platform konsol seperti Playstation yang saat itu tidak mempunyai *marketplace*. Pada tahun 2008 perusahaan Apple membuka iOS store diikuti dengan penemuan *smartphone* di tahun sebelumnya memungkinkan para pengembang *video game* untuk menerapkan sistem jual-beli barang virtual secara mudah kedalam game mereka, menurut laporan yang dilansir Apple, dalam 3 tahun pertama aplikasi iOS meraup keuntungan 3.6 milyar USD (dolar amerika serikat) dan 80% keuntungan tersebut didapat dari pembelian konten didalam *game smartphone*. (Simon Pope, 2011:1) .

Namun tahun ke tahun setelah mendapat kesuksesan yang besar dari model bisnis ini, perusahaan-perusahaan pengembang *video game online* semakin eksploitatif dalam mengimplementasikan sistem jual-beli yang dinamakan *microtransactions* ini, dengan ditemukannya sistem *Loot Boxes*, pemain diharuskan membeli beberapa *Loot Boxes* agar pemain mendapat *item* atau barang yang diinginkan, ini dikarenakan sistemnya yang memberi pemain *item* yang secara acak sesuai dengan kelangkaan produk tersebut. Ini mengakibatkan para pengembang mengambil keuntungan yang jauh lebih besar, menurut prof. David Zendle dalam artikelnya yang berjudul *Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivations for purchase* (2018), penjualan *Loot Boxes* telah menghasilkan lebih dari 30 milyar USD dan diprediksikan akan terus berkembang hingga 50 milyar USD dalam tahun 2022. Sistem ini ditolak keras oleh sejumlah pemerintah dan masyarakat karena terdapat kesamaan dengan perjudi, dan parahnya perusahaan pengembang dapat secara mudah mengubah keuntungan pemain dalam mendapatkan *item*. (David Zendle, 2019:1).

Salah satu kasus yang muncul akibat sistem *Loot Boxes* ini terjadi pada tahun 2020, seperti yang dikutip dari artikel website yang berjudul “*EA faces yet another class-action lawsuit connected to loot boxes*” oleh Rebekah Valentine, dimana perusahaan penerbit game Electronic Arts mendapat gugatan dikarenakan sistem *lootboxnya* yang mendorong para pemain untuk membeli lebih banyak *lootbox* dengan menggunakan strategi *Dynamic Difficulty Adjustment* yang dimana

terdapat AI yang secara dinamis mengubah tingkat kesulitan permainan sehingga pemain merasa frustrasi dan mencari jalan pintas dengan membeli *lootbox* agar mendapat karakter yang lebih kuat untuk dipakai menyelesaikan permainan. (Rebekah Valentine, 2020:1).

Salah satu contoh pengaruh psikologis yang ditimbulkan dalam membeli *lootbox* atau *microtransactions* yang lainnya dikemukakan oleh peneliti S. W. Kim, di dalam laporan riset Dr. Natalie Coyle yang berjudul “*The Psychology of Loot Boxes and Microtransactions*”, Kim mengatakan bahwa dampak yang ditimbulkan dalam berjudi dapat mengaktifkan kimiawi dalam otak seperti endorfin yang menyebabkan rasa senang, efek ini diperkuat oleh warna, animasi dan suara yang beragam saat mengaktifkan *lootbox*, dan apabila pemain dikecewakan oleh hasil yang didapatkan, mereka akan terus membeli dan membuka *lootbox* yang mengakibatkan kecanduan. (Natalie Coyle, 2018:1)

Permasalahan sistem jual-beli *game mobile* ini juga telah terjadi di negeri Indonesia, dengan maraknya mikrotransaksi yang terdapat didalam *game-game mobile (smartphone)* ini perlu dibarengi pengetahuan bagaimana sistem ini bekerja, dan para orang tua pun tidak sadar karena tidak mempunyai pengetahuan tentang *game mobile* masa kini. Pada 12 Mei 2021, terdapat kasus kasir yang konflik orang tua karena anaknya yang dibawah umur membeli voucher isi ulang *game mobile* seharga Rp800.000, ini dikarenakan orang tua yang tidak mengawasi anaknya yang kecanduan terhadap *game mobile*. Dan pemerintah sampai saat ini belum mempunyai undang-undang yang memberi peraturan kepada pengembang *game* dan mengatur tentang pembelanjaan digital bagi anak dibawah umur. Hal ini meningkatkan urgensi terhadap perlunya peringatan kepada orang tua yang belum paham akan bahayanya model bisnis ini. (Tim Detikcom, 2021:1).

Dengan terjadinya kasus-kasus yang disebabkan oleh mikrotransaksi, sangat diperlukan adanya wawasan dan peringatan terhadap para orang tua dan pemain *game online* tentang bagaimana sistem atau cara kerja model bisnis ini dan apa

pengaruhnya bagi para pemain *game online*. Mikrotransaksi memiliki topik yang cukup kompleks dan tidak mudah untuk dicerna bagi masyarakat awam, disinilah media visual dapat menjadi peran penting untuk menceritakan kembali topik tersebut sehingga dapat disajikan lebih menarik dan mudah untuk dipahami. Salah satu media visual yang menyediakan penyampaian informasi dan edukasi berbentuk *visual storytelling* yang dapat membawa topik yang cukup berat adalah komik. Komik menyampaikan informasi melalui gambar seni yang berurutan (*sequential art*) yang dapat membantu pembaca memberi konteks atau visualisasi di setiap momen (Will Eisner, 2008:8). Komik juga dapat mengolah kembali suatu informasi menjadi cerita dan visual yang menarik yang mempunyai nilai estetis dan pesan yang persuasif sehingga sangat cocok untuk dijadikan sarana wawasan dan peringatan tentang bahaya mikrotransaksi dalam *game online*.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis merancang tugas akhir dalam bentuk komik untuk menginformasikan dan memperingatkan masyarakat sehingga mempunyai wawasan betapa bahayanya model bisnis ini, khususnya para orang tua untuk mengingatkan anak-anaknya dan berhati-hati dengan model sistem-sistem mikrotransaksi baru di masa yang akan datang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat identifikasi permasalahan yang dapat diambil, diantaranya adalah:

- a. Masyarakat khususnya orang tua kurang paham dengan kasus negatif yang ditimbulkan seperti adiksi dan masalah finansial yang ditimbulkan dari model bisnis mikrotransaksi dalam *game online*.
- b. Terdapat banyak anak muda yang terkena adiksi terhadap *game online*.
- c. Model bisnis mikrotransaksi dalam *game online* mempengaruhi psikologi pemain *game online*.
- d. Media komik sangat diperlukan dalam mengolah kembali informasi untuk diceritakan kembali untuk memberi pembaca wawasan dan peringatan tentang adiksi mikrotransaksi dalam *game online* secara efektif dan menarik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, dihasilkan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara menginformasikan publik tentang bahaya *microtransactions* dalam *game mobile* dengan media komik yang menarik?
- b. Bagaimana dampak penyampaian peringatan tentang bahaya adiksi mikrotransaksi pada komik terhadap masyarakat khususnya pemain *game online*?

1.4 Ruang Lingkup

Besaran ruang lingkup laporan ini adalah sebagai berikut:

- a. Perancangan komik sebagai sumber penyampaian pesan dan peringatan kepada publik khususnya orang tua yang mempunyai anak terhadap *Virtual Item*
- b. Proses perancangan berlangsung sejak Maret 2022 sampai Juni 2022.
- c. Hasil perancangan komik ini akan disebar luaskan secara digital melalui platform media sosial.
- d. Target audiens komik ini adalah dewasa.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan utama dari perancangan komik ini adalah memberi pesan dan peringatan yang efektif tentang pengaruh dalam hal bisnis dan perilaku masyarakat terhadap pembelian barang virtual atau (*Virtual Item*) sehingga publik dapat mengambil sisi baik dan menghindari sisi buruknya sistem bisnis ini.

1.6 Cara Pengumpulan dan Analisis Data

a. Diskusi Wawancara

Wawancara ini bersifat diskusi yang dinamis yang dimulai pendalaman profil narasumber, diskusi ini juga tidak terkekang oleh pertanyaan saja namun impresi dan reaksi antar penanya dan narasumber dalam suatu topik. Wawancara ini akan diarahkan pada perusahaan *game online* yang berbasis di Bandung yaitu Agate Studio, pemain *game online* yang bernama Rifki Achmad Faisal dan seorang komikus tenama Kriswanto Wahyu.

b. Studi Pustaka

Studi Pustaka akan dilakukan dengan mencari informasi model bisnis sistem jual-beli didalam *video game* dan relevansinya di kalangan remaja.

c. Observasi

Observasi ini melibatkan beberapa data visual dan data konten yang kemudian akan ditarik kesimpulannya dengan memakai teori analisis perbandingan. Ini dimaksudkan untuk memberi gambaran terhadap aspek-aspek yang ada didalam konten sehingga berguna bagi perancangan akhir.

1.6.1 Analisis Konten

Content Analysis atau analisis konten merupakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui gejala atau signifikansi dari suatu rangkaian tayangan visual. Signifikansi adalah gejala yang paling menonjol dari unsur visual, yang diketahui dengan cara menghitung frekuensi kemunculan unsur visual. (Soewardikoen, 2019:83).

1.6.2 Analisis Data Visual

Analisis Visual adalah tahapan menguraikan dan menginterpretasi gambar. Pola gejala visual yang signifikan muncul dari hasil analisis konten, kemudian selanjutnya dilakukan analisis visual. Untuk menganalisis suatu bentuk karya visual, diperlukan proses pengamatan berbeda dengan proses melihat biasa. Pengamatan memerlukan unsur kesengajaan melihat dengan pertimbangan yang sistematis, karena untuk mengenal suatu karya visual adalah seperti halnya mengenal seseorang. Makin lama dan makin sering melihat suatu karya maka kita akan makin mengenal karya visual tersebut. (Soewardikoen, 2019:89).

Menurut Edmund Feldman (dalam Soewardikoen, 2019:90) menganalisis karya visual dapat dibagi dalam 4 tahapan yang mendasar, yaitu:

1. Deskripsi

Tahapan deskripsi adalah mengidentifikasi suatu karya, sehingga informasi yang didapatkan akan menjadi petunjuk tentang arti dan maksud dari karya tersebut.

2. Analisis

Tahap ini ditunjang oleh landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah. Dalam tahap ini peneliti melihat hubungan antar unsur visual yang ditampilkan, serta menguraikan hasil antar hubungan unsur.

3. Interpretasi

Tahap ini merupakan tahapan menerangkan pemikiran tentang apa yang dimaksud atau apa yang berada dibalik suatu karya visual.

4. Penilaian

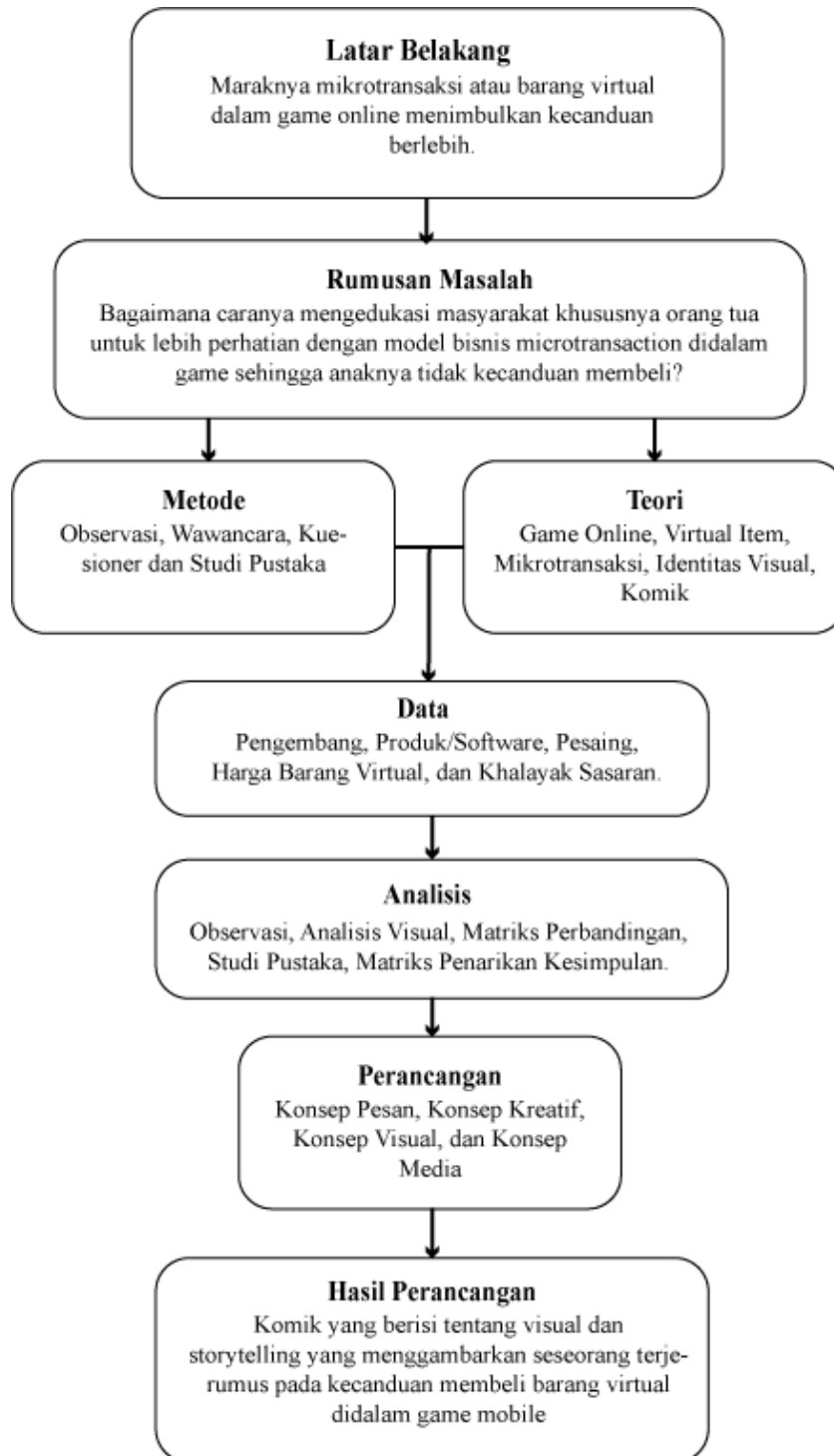
Penilaian berarti pendapat atau penetapan nilai-nilai tentang apa yang telah terlihat dan apa yang telah dideskripsikan, dianalisis serta diinterpretasikan.

1.6.3 Analisis Matriks Perbandingan

Analisis Matriks merupakan kolom dan baris yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, dan sangat berguna untuk membandingkan seperangkat data dan menarik kesimpulan. Pada Prinsipnya analisis matriks adalah jukstaposisi atau membandingkan dengan cara menjajarkan. (Soewardikoen, 2019:111).

Matriks menjadi salah satu metode analisis yang sangat bermanfaat dan sering digunakan untuk menyampaikan sejumlah besar informasi dalam bentuk ruang yang padat. Matriks merupakan alat yang rapi baik bagi dalam pengelolaan informasi maupun analisis (Rohidi, 2011:247).

1.7 Skema Penelitian



Gambar 1.1 Gambar Kerangka Perancangan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

1.8 Pembabakan

Laporan Tugas Akhir ini dirancang dalam beberapa bagian sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang bagian latar belakang dari sejarah perkembangan teknologi hingga munculnya model bisnis penjualan barang virtual dalam game online. Diikuti dengan indentifikasi masalah, tujuan, ruang lingkup, cara pengumpulan data, dan metode analisis penelitian sebagai asset perancangan.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini berisi tentang berbagai teori yang akan digunakan dalam pemecahan masalah penelitian seperti teori tentang Virtual Item, Komik, dan Game Online.

BAB III: Pengumpulan Data dan Analisa

Bab ini berisi tentang hasil rangkuman dari data yang telah diperoleh dan diikuti dengan analisis data tersebut dengan berbagai metode seperti Matriks, BMC, dan Analisis Konten.

BAB IV: Konsep, Hasil Perancangan dan Pengujian

Bab ini diisi oleh beberapa konsep yang didasarkan dari data, perancangan pembuatan komik, dan juga pengujian hasil rancangan tersebut.

BAB V: Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, Saran, dan Daftar Pustaka.