

## PERANCANGAN KOMIK DIGITAL *MOBILE GAME CODE ATMA*

### *DIGITAL COMIC DESIGN OF CODE ATMA MOBILE GAME*

Ratna Putri Hanifah<sup>1</sup>, Aria Ar Razi<sup>2</sup> dan Patra Aditia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*  
ratnaph@student.telkomuniversity.ac.id, ariarrazi@telkomuniversity.ac.id, patraditia@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak:** Code Atma merupakan *mobile idle Role Playing Game (RPG)* yang dirilis oleh pengembang *game* lokal yaitu PT. Agate International. Namun pada September 2022 Code Atma terpaksa diberhentikan pengembangannya dikarenakan pembelian dalam *game* oleh pemain tidak mencapai target perusahaan. Hal tersebut mengakibatkan semua media digital yang ditujukan untuk mempromosikan *mobile game* Code Atma tidak memberikan pembaharuan konten untuk dikonsumsi penggemar dan target audiens yang hanya berasal dari dalam industri *game*. Tujuan dari perancangan ini adalah menciptakan media baru yang dapat menjangkau target audiens dari pasar yang berbeda sekaligus mempertahankan audiens yang ada dengan menggunakan konsep *Transmedia Storytelling* melalui pengembangan *Intellectual Property (IP)* dari *mobile game* Code Atma. Dalam proses perancangannya, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan adalah Matriks Perbandingan. Maka perancangan yang dilakukan untuk menjadi solusi dari permasalahan adalah komik digital *oneshot* sebagai media pengembangan *Intellectual Property (IP)* Code Atma. Manfaat dari penelitian ini antara lain adalah dapat menjangkau target audiens komik digital, mempertahankan audiens *game* Code Atma dan mendukung media digital yang sudah ada.

**Kata Kunci :** Code Atma, *Mobile Game*, *Transmedia Storytelling*, Komik Digital *Oneshot*, *Intellectual Property*.

**Abstract:** Code Atma is a *mobile idle Role Playing Game (RPG)* established by local *game* developer Agate International Inc. Unfortunately, the development of Code Atma was inevitably stopped in September 2022 due to failing to achieve the users' purchase target. This obstacle leads to all digital media used for Code Atma promotion purposes unable to upload any updated contents to be consumed for the *game's* fans. In addition, they also cannot share the latest promotional contents to their targeted audience that is already segmented, only throughout the *game* Players community. The purpose of this research design is to create new media that is able to reach targeted audiences from various segments as well as maintaining current audiences by applying the concept of *Transmedia Storytelling* through *Intellectual Property (IP)* development of Code Atma *mobile game*. To conduct the research design, the data collection is gathered through observation, interviews, and literature review. The research method applied in this research is *Pairwise Comparison Matrix*. To discover the solution to the problem, the research design proceeds in digital *oneshot* comics as *Intellectual Property (IP)* development media of Code Atma. The benefits of this research are to attain the targeted audience of digital comics, maintaining Code Atma's current audience, and supporting their digital media assets.

**Keywords :** Code Atma, *Mobile Game*, *Transmedia Storytelling*, *Digital OneshotComic*, *Intellectual Property*.

## PENDAHULUAN

Industri *game* di Indonesia berkembang cukup pesat dengan banyaknya jumlah

pemain *game mobile* maupun PC sepanjang tahun 2021. Salah satu pengembang *game* lokal tersebut adalah PT. Agate International yang berpusat di Kota Bandung, Jawa Barat (tekno.Kompas.com, 2022). Code Atma merupakan salah satu *game* yang dirilis oleh Agate. *Mobile game* Code Atma dapat ditemukan di Playstore maupun App Store dengan perangkat *smartphone* dan sudah diunduh sebanyak seratus ribu lebih oleh pemain. *Game* ini menawarkan pengalaman bermain yang *immersive* melalui *visual novel* dan karakter-karakter di dalam *game* yang terinspirasi dari makhluk mitologi Indonesia. Namun pada September 2022, Code Atma mengumumkan secara resmi bahwa mereka menghentikan pengembangan *game* melalui situs resminya. Meskipun begitu, pihak Agate tidak sepenuhnya menutup *game* Code Atma dengan tetap menjalankan server pada *game*-nya. Hal ini dikarenakan penggemar dari *game* tersebut masih ada. Untuk mempertahankan penggemarnya, Agate sudah melakukan upaya dengan memberikan wadah berupa situs dan media sosial berupa Instagram, Facebook dan Twitter. Namun semua media digital tersebut hanya ditujukan untuk mempromosikan *mobile game* Code Atma. Hal tersebut mengakibatkan target audiens hanya sebatas dari dalam industri *game* saja. Penggemar yang masih ada pun perlahan meninggalkan Code Atma karena tidak adanya pembaharuan konten dari dalam *game* maupun dari media digitalnya.

Dengan berkembangnya teknologi informasi dan meluasnya sub sektor industri kreatif membuat pengembangan produk berbasis *Intellectual Property* (IP) dengan mengaplikasikan konsep *Transmedia* menjadi sebuah tren baru dimana konsep ini berbasis pada penyebaran sebuah *grandstory* secara parsial ke berbagai media dengan harapan audiens yang hanyut ke dalam cerita dapat mengkonsumsi semua media yang ada (Rudawan, 2017: 51-53). Melalui pengembangan *Intellectual Property* (IP) dari *game* Code Atma dengan menggunakan konsep *Transmedia Storytelling* dan menciptakan media yang menjangkau target audiens diluar industri *game* mampu menjadi solusi dalam mempertahankan dan menciptakan audiens baru sekaligus mendukung media yang sudah ada meskipun pengembangan *game* sedang dihentikan. Industri yang sedang populer di Indonesia adalah meningkatnya peminat dari pembaca komik digital. Kelebihan dari komik digital antara lain adalah mudah untuk diakses, murah, tahan lama, interaktif, dan lebih dinamis (Nurinayati dkk,2014

:47). Komik memiliki banyak jenis. Komik *oneshot* merupakan salah satunya. Komik *oneshot* merupakan standar bagi *publisher* atau tim kreatif dalam industri untuk menguji bagaimana judul dari komik tersebut diterima di pasar (comiconadventures.com, 2018). Hal tersebut mampu meminimalisir kerugian apabila

komik yang akan dipasarkan secara perdana tidak mencapai target penjualan. Oleh karena itu dibutuhkan komik digital *oneshot* sebagai media pengembangan *Intellectual Property* (IP) *mobile game* Code Atma yang diharapkan mampu menjangkau industri komik digital, mempertahankan penggemar dan mendukung media yang sudah ada.

## LANDASAN TEORI

### **Video Game**

Video game merupakan penggabungan dari berbagai karya intelektual dalam bentuk karya seni, diantaranya musik, karakter, plot/cerita, ilustrasi, video, plot dan skrip yang kemudian dijalankan melalui program computer pada perangkat keras dengan melibatkan interaksi manusia untuk menjalankan *games* tersebut (Ramadhan, 2021).

### **Transmedia Storytelling**

*Transmedia storytelling* merupakan perluasan elemen integral dari sebuah fiksi melalui berbagai media yang terkoordinasi dalam menciptakan hiburan (Firdaus dkk, 2021 : 3).

### **Komik**

Komik merupakan gabungan dari seni sastra dan seni visual. Dimana komik terdiri dari gabungan gambar yang didalamnya terdapat cerita, balon teks, dan karakter yang mudah dikenali (Iskandar & Ramdhan, 2016)

### **Product Life Cycle**

*Product Life Cycle* merupakan strategi bagi suatu perusahaan untuk menentukan posisi kurva penjualan dari masing-masing produk dengan melihat dimana tahapan produk dalam siklus kehidupannya (Widodo, 2018 : 86-89).

### **SWOT**

SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) merupakan suatu cara untuk merancang strategi untuk mengevaluasi kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan yang kemudian mampu diimplementasikan ke dalam suatu proyek bisnis (Wijayati, 2019:5).

### **Desain Komunikasi Visual**

Desain komunikasi visual (DKV) adalah ilmu dengan tujuan untuk menyampaikan informasi dan pesan beserta ungkapan kreatif melalui media dengan memasukkan elemen visual dan grafik seperti layout, teks, dan warna (Kusrianto, 2007 : 2).

## **METODE PENELITIAN**

Proses pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi terhadap objek penelitian, pembagian kuesioner, wawancara terhadap ahli dengan tujuan sebagai landasan untuk merancang media komik digital. Yang kemudian dianalisis menggunakan matriks perbandingan. Matriks perbandingan merupakan yakni matriks yang berisi kolom dan baris yang pada keduanya mewakili dua dimensi yang berbeda, berupa kumpulan informasi atau ide (Soewardikoen, 2019:104).

## **DATA KHALAYAK SASARAN**

Sasaran dari perancangan komik digital oneshot *mobile game* Code Atma yaitu laki-laki dan perempuan berusia 18-24 tahun dimana target audiens memiliki kecenderungan untuk menyebarkan sesuatu secara online melalui media sosial dan menyukai permainan baru.

## **KONSEP PERANCANGAN**

### **Konsep Pesan**

Konsep pesan dari perancangan ini adalah memasukkan unsur budaya Indonesia khususnya dalam lingkup spiritual di masa modern dimana teknologi sudah berkembang pesat sesuai dengan tema dari *mobile game* Code Atma. Oleh karena itu ide besar dari perancangan adalah "Mengenalkan Budaya Indonesia melalui Penggabungan Teknologi dan Klenik".

### **Konsep Kreatif**

Konsep kreatif yang digunakan yaitu menyenangkan, impulsif, dan iseng namun tetap menjaga konsep dasar dari tema *mobile game* Code Atma yaitu Horor, Aksi dan Fantasi. Konsep tersebut dipilih karena sesuai dengan visi misi dari perusahaan

### **Konsep Media**

Pemilihan Media yang digunakan untuk mendukung perancangan dipilih dengan mempertimbangkan preferensi data khalayak sasaran. Media tersebut antara lain adalah:

1. Media Sosial (Feed Instagram)
2. Merchandise (Poster, gantungan kunci dan stiker)
3. Stiker Online

### **Konsep Visual**

### **Pengayaan dan Ilustrasi**

Pengayaan dan Ilustrasi yang akan diterapkan pada perancangan disesuaikan dengan hasil kuesioner dimana mayoritas responden memilih pengayaan ilustrasi “penggabungan”.



Gambar 5.1 Ilustrasi mobile game Code Atma  
(Sumber : games.grid.id)

### Tipografi

Penggunaan tipografi untuk teks dialog di dalam perancangan komik digital menggunakan font Open Sans yang berjenis sans-serif dan dapat digunakan dengan bebas oleh siapapun untuk proyek apapun (*Open source*).

## Open Sans

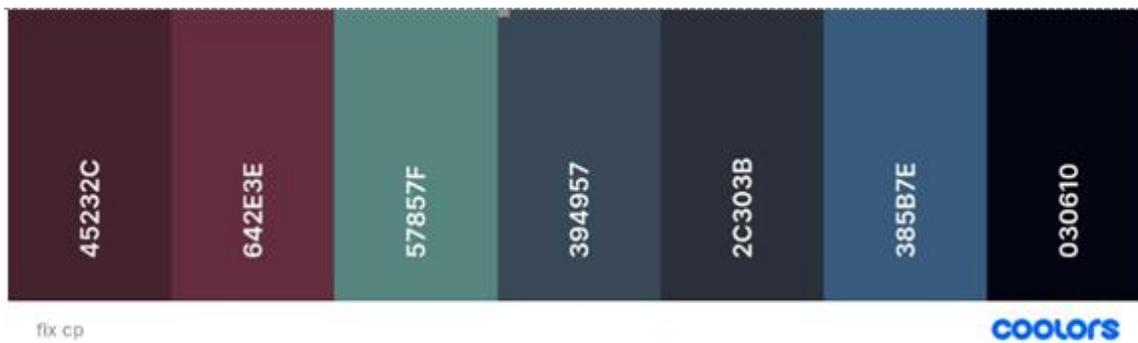
The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Light  
Light Italic  
Regular  
Regular Italic  
Semi-Bold  
Semi-Bold Italic  
Bold  
Bold Italic  
Extra-Bold  
Extra-Bold

Gambar 5.2 Font Open Sans  
(Sumber : id.pinterest.com)

### Warna

Warna yang digunakan pada perancangan adalah warna yang diambil dari *Concept Art* dari *mobile game* Code Atma sebagai landasan untuk tampilan visual secara keseluruhan

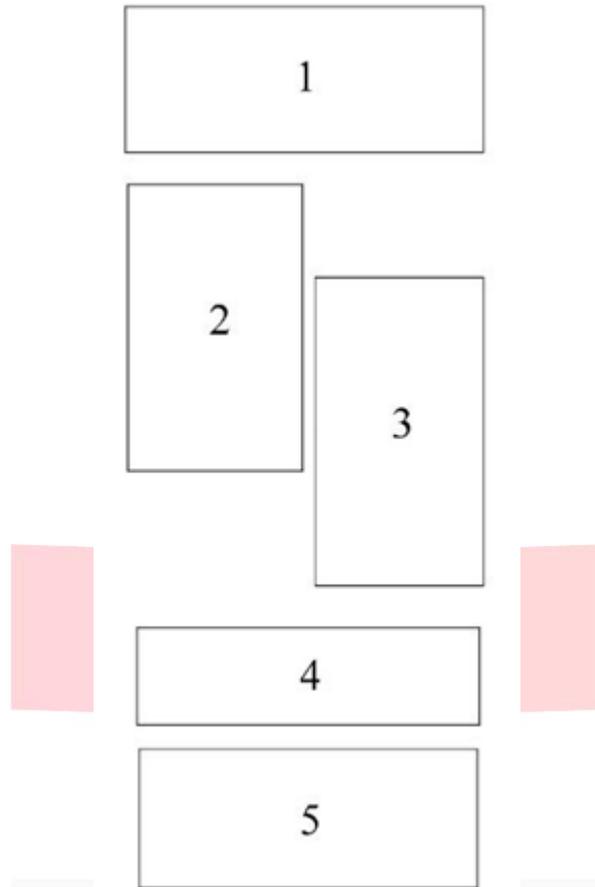


Gambar 5.3 Palet Warna Perancangan Komik  
(Sumber : colors.co)

### Layout

Layout untuk perancangan komik akan dibuat memanjang dengan arah baca

dari kiri ke kanan. Parit berupa imajiner dengan warna hitam.



Gambar 5. 4 Layout Komik Digital  
(Sumber : Dokumen Pribadi)

## HASIL PERANCANGAN

### Desain Karakter

Dalam perancangan komik digital *oneshot*, terdapat 4 karakter utamayang terlibat dalam cerita yaitu *Player*, *Kasna*, *Andi* dan *Noni*.



Gambar 5. 5 Desain DKarakter *Player*  
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 5. 6 Desain Karakter Kasna  
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 5. 7 Desain Karakter Andi  
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 5. 8 Desain Karakter Noni  
(Sumber : Dokumen Pribadi)



## Sampul Komik



Gambar 6. 1 Sampul Komik  
(Sumber : Dokumen Pribadi)

### Perancangan Komik Digital *Oneshot*

Komik ini menceritakan mengenai terjadinya kasus kunang-kunang yang melibatkan seorang preman di sebuah halte. Sebagai saksi dari peristiwa tersebut, Player mencari tahu mengenai kasus tersebut sekaligus wanita yang samar-samar ia lihat di tempat kejadian perkara. Namun semakin ia menemukan informasi-informasi baru, semakin ia mengalami kejadian-kejadian aneh yang melibatkan aktivitas supranatural.







Gambar 6. 6 Poster  
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 6. 7 Stiker Cetak  
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 6. 8 Stiker Cetak  
(Sumber : Dokumen Pribadi)



## Stiker Digital



Gambar 6. 9 Stiker Digital  
(Sumber : Dokumen Pribadi)

## KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, *mobile game* Code Atma dihentikan pengembangannya oleh PT. Agate International yang mengakibatkan penggemar dari *mobile game* Code Atma perlahan berkurang sedangkan target audiens yang dituju hanya berada dari dalam lingkup industri *game*. Oleh karena itu dibutuhkan media yang dapat menjangkau pasar baru. Perancangan dilakukan dengan memanfaatkan *intellectual property* dari dalam *mobile game* Code Atma yang berupa aset visual dan cerita ke dalam media komik digital *oneshot* dengan konsep *Transmedia Storytelling* sesuai dengan segmentasi yang dituju. Tujuan dari perancangan ini adalah memperluas target audiens dan juga mempertahankan penggemar yang sudah ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, dkk. 2021. Perancangan Chronolizer Sirah Nabawiyah Berbasis *Transmedia Storytelling* Studi Kasus : Fase Peperangan. E-proceeding of Applied Science. Vol.7, No. 5 (2021) :3.
- Iskandar dan Ramdhan. Metallus 2016. *Character Design for Jinn Warriors Comic*. BANDUNG CREATIVE MOVEMENT 2016. *Multidisciplinary Design : Harmonizing design in today's society, technology and business*.
- Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunika Visual. Penerbit C.V ANDI OFFSET. D.I. Yogyakarta.
- Nurinayati, Fitri dkk. Pengembangan Media Pembelajaran Dalam Bentuk Komik Digital Pada Materi Sistem Imun di SMA Negeri 13 Jakarta. BIOSFER Vol 7, no. 2 (2014) :47.

Ramadhan, Galih Dwi. 2021. Ruang Lingkup Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Video Game. *Journal of Intellectual Property* Vol.4, No.2 (2021):2.

Rudawan, Rikman Aherliwan. Model Pengembangan *Intellectual Property* Berbasis *Transmedia Storytelling*. KOPERTIP : Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer Vol.1, No. 2 (2017) : 51-53.

Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2019. Metodologi Penelitian. Penerbit PT Kanisius. D.I. Yogyakarta

Widodo, Slamet. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*). Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik. Vol.4, No.1 (2018):86-89.

Wijayati, Hasna. 2019. Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis. Penerbit QUADRANT. Yogyakarta.

#### **Sumber Internet**

One-shot komik. Diakses pada 9 Maret 2023 dari laman <https://web.archive.org/web/20121118194924/http://comicbooks.about.com/od/glossary/g/One-Shot-Definition.htm>

Pratama, Kevin Rizky. 2022. Klaim Industri Game di Indonesia Semakin Moncer.

Diakses pada 26 Maret 2023 dari laman <https://tekno.kompas.com/read/2022/10/15/17000057/kominfo-klaim-industri-game-di-indonesia-semakin-moncer>.