

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Video Game merupakan sebuah industri yang bernilai lebih dari 60 miliar *US Dollars* di tahun 2022, berangkat dari sebuah pasar ceruk yang diperuntukkan oleh kalangan tertentu *Video Game* berubah menjadi produk yang sangat beragam dan dapat di nikmati oleh setiap kalangan masyarakat. Wolf (2003) berpendapat bahwa *video game* itu sendiri merupakan sebuah media hiburan interaktif yang dimana masukan dari pemain dapat mengubah keluaran yang *video game* tampilkan, hal ini membuat *video game* berbeda dengan media hiburan lainnya, secara tradisional media hiburan bekerja dengan menampilkan gambar, suara, dan text yang telah ditentukan sebelumnya dengan urutan linier yang tetap, dan tidak dapat diubah oleh penonton/pendengarnya. Dengan keunikan interaktif-nya ini *video game* memiliki keunggulan dibanding dengan media hiburan lainnya, tercatat dari laporan tahunan *Entertainment Software Association* (ESA) pada tahun 2022 ini di Amerika saja terdapat 215.5 juta *video game players*, nomor ini meliputi 65% dari seluruh orang dewasa di atas 18 tahun, dan 71% dari seluruh anak yang ada di Amerika bermain *video game*, dan hal ini diperkirakan akan terus meningkat melihat dari survei yang mereka lakukan 87% dari seluruh masyarakat percaya bahwa ada *video game* yang cocok untuk siapa saja, ide ini sangat didukung oleh jumlah seluruh pendapatan industri *video game* hasilkan selama 2021, pada tahun 2021 saja pasar *video game* menghasilkan 60.4 miliar *US Dollar*. Di Indonesia sendiri pemerintah telah sadar betul mengenai potensi *video game* untuk mendukung ekonomi Indonesia terutama di pangsa produk digital, KOMINFO sendiri telah mendukung serta mensponsori banyak acara-acara *video game development* lokal, dikutip dari *Press-kit* acara *video game development IndieRise* yang diadakan di Bali pada Oktober 2022

kemarin, Direktur Umum dari KOMINFO Samuel Pangerapan mengatakan bahwa Pemerintah telah sadar betul mengenai betapa besarnya potensi pasar yang dimiliki oleh industri *video game* di Indonesia, KOMINFO sendiri siap mendukung aktif program *Game Developer Exchange* yang dapat digunakan sebagai sarana penyaluran talenta untuk memenuhi kebutuhan industri, serta membuka akses pendanaan dan potensi untuk bekerja sama dengan developer di luar. Hal ini tentunya memberikan dorongan dan rasa aman yang besar bagi para *entrepreneur* muda untuk mencoba membuka *video game development brand* baru di Indonesia. Salah satu dari *brand development video game* baru yang ada di Indonesia ini adalah Naraten Studio.

Naraten Studio sendiri adalah sebuah *indie startup video game development studio* baru asal Bandung. didirikan oleh 2 orang Gelar Gumilar Sudrajat dan Ichsan Sting, mereka sedang dalam proses untuk membuat produk *video game* pertama mereka yang akan diberi nama RECITE. RECITE sendiri adalah *Adventure Game* bergenre misteri, yang berfokus kepada *storytelling* dan pembuatan deduksi untuk mengungkap kasus misteri, struktur dari *video game* RECITE ini sendiri dapat dibagi menjadi 3 bagian besar, pertama investigasi bagian dimana *player* akan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin mengenai kasus yang akan diselesaikan, kedua adalah bagian analisis pada bagian ini *player* akan menganalisis data yang telah dikumpulkan untuk nantinya diteruskan kepada bagian ketiga yaitu deduksi, pada bagian terakhir ini *player* akan diminta untuk menyusun data yang telah ada menjadi dakwaan, dan mereka harus dapat membuktikan dan mempertahankan dakwaan mereka dengan menampilkan bukti nyata yang telah dikumpulkan pada kedua fase sebelumnya. RECITE bercerita mengenai seorang detektif yang telah pensiun, namun kembali untuk menyelesaikan kasus mengenai pembunuhan teman lamanya, dia ditemani oleh anak perempuan dari teman lamanya mulai menyelidiki

mengenai kasus ini, namun di-tengah jalan mereka menyadari bahwa kasus ini bukanlah kasus pembunuhan biasa, terdapat lebih banyak jaring yang saling berhubungan tentang rahasia bagaimana kota Monograd yang tampaknya sempurna dari luar, beroperasi di balik pintu yang tertutup. Naraten Studio sendiri berfokus kepada pembuatan *video game* yang berfokus kedalam segi *narrative* dan *storytelling*, dan *video game* RECITE bergenre *Adventure Game* inilah yang akan menjadi langkah awal bagi mereka untuk memasuki industri *video game*.

Adventure Mystery Game merupakan genre yang diusung oleh Naraten Studio untuk *video game* pertama mereka yang diberi judul RECITE, Grace (2005) berpendapat bahwa *video game* dengan genre *adventure* memiliki daya tarik utama dari segi *exploration* dan juga *puzzle solving*. Penalaran, kreativitas, dan rasa ingin tahu merupakan sifat utama yang dimiliki oleh para *player* dari *adventure game*. RECITE juga dirancang dengan fokus kepada segi naratif dan bercerita yang dimana cerita akan memberikan pondasi informasi dan konteks bagi para *player* untuk menyelesaikan misi yang diberikan. Pada buku yang ditulisnya Bateman (2021) mencoba menjawab bagaimana cerita dapat berpengaruh kedalam pengalaman bermain, beliau mengatakan pengalaman bermain melalui beberapa game yang memiliki penekanan berat pada narasi sangat sesuai dengan pertumbuhan karakter melalui narasi, tanpa narasi, karakter protagonis akan terdiam dalam keadaan menganggur, dan game tidak akan begitu menyenangkan untuk dimainkan. Dengan kedua fokus yang ada pada *video game* RECITE ini, Naraten Studio siap memulai *development* untuk *video game* pertama mereka.

Dalam pembuatan *video game* pertama mereka Naraten Studio mengatakan bahwa mereka masih belum memiliki banyak pengalaman dan ingin berfokus kepada proyek *video game* yang memiliki fitur dan konten yang lebih mudah untuk dibuat dalam waktu sebentar, dipilihlah *video game* yang berfokus lebih kepada narasi dikarenakan konten-nya

lebih banyak teks yang menjadikannya jauh lebih mudah untuk dibuat, genre misteri sendiri diambil dikarenakan popularitas-nya pada kalangan orang-orang yang suka membaca buku, dibuktikan dengan laporan dari *Neilson Bookscan* (2018) sebuah layanan penyedia data di industri penerbitan yang mengatakan bahwa dalam kategori buku fiksi, genre buku misteri pembunuhan merupakan buku yang paling laris terjual di pasaran, David Evans (2019) selaku *emmy awards winner* dan penulis di *website psychology today* mengemukakan alasan mengapa buku misteri pembunuhan sering kali menjadi genre andalan, beliau berpendapat bahwa di dunia yang penuh dengan kekerasan buku misteri pembunuhan memberikan kita harapan bahwa dengan usaha keras kejahatan dan ketidaktahuan dapat dipecahkan dan ditumpas, hal tersebut-lah yang menjadikan Naraten Studio mengambil tema misteri pembunuhan untuk video game mereka.

Menciptakan *brand* baru dari awal tentunya bukanlah hal mudah, terutama bagi para *entrepreneur* muda yang biasanya nya masih belum memiliki banyak pengalaman di dunia bisnis atau *marketing*, terkadang banyak *developer* muda yang terjebak dengan ide bahwa "selama produk yang dihasilkan bagus maka akan ada pembelinya." hal ini tidak cukup untuk bersaing di dunia bisnis modern, perlu adanya strategi *marketing* untuk mengaktifkan *brand* baru, salah satu teknik pemasaran ini adalah *Brand Activation*. Saeed (2015) berpendapat bahwa *Brand Activation* sendiri dapat di deskripsi-kan sebagai relasi *marketing* yang dibuat antara *brand* dan *audience* mereka, yang mengarah kepada *audience* yang lebih memahami *brand* dan juga *audience* yang lebih mengintegrasikan *brand* dengan kehidupan sehari-hari mereka. dengan adanya fokus untuk lebih membangun koneksi dengan *audience*, *brand activation* memiliki beberapa keunggulan dan prinsip yang menjadikan strategi ini lebih sering digunakan daripada strategi *marketing* pada umumnya. MacInnis (2014) menambahkan bahwa dengan kualitas relasi antara *brand* dengan *audience* yang lebih baik akan dapat

membangkitkan rasa loyal kepada *brand*, toleransi untuk *brand*, ucapan positif dari mulut ke mulut, keterlibatan yang lebih baik untuk komunitas *brand*, dan penerimaan yang lebih baik untuk cabang perusahaan, ke tingkat yang lebih tinggi lagi. Salah satu cara untuk memulai *brand activation* adalah dengan mengeluarkan produk pengenalan yang dapat diterima dengan mudah oleh pasar, pada perancangan kali ini produk pengenalan yang akan peneliti buat adalah *board game* yang dapat memperkenalkan *video game* RECITE milik Naraten Studio nantinya.

Board Game sendiri merupakan bagian dari sebuah genre yang lebih besar yaitu *Tabletop Game*, Engelstein (2022) mengatakan bahwa seperti yang disebutkan pada namanya *Board Game* dimainkan dengan cara *player* menggerakkan bidak mereka pada papan yang telah ditandai dengan aturan tertentu, biasanya *board game* juga di temani oleh bidak dan juga kartu untuk menambah kompleksitas dari permainannya. Di pasaran sekarang terdapat banyak jenis dari *board game* itu sendiri, tapi pada umumnya mereka memiliki aspek kompetitif atau kooperatif atau kombinasi dari keduanya pada desain-nya. Mengadaptasikan *gameplay digital* dari *video game* awal-nya RECITE, *board game* yang akan diberi nama "*RECITE the Board Game*" ini harus tetap memiliki latar cerita dan karakter yang sama, dengan harapan menjadi pintu gerbang bagi *audience board game* untuk bergabung dengan kancah *video game digital*. Konsep *Hobby Game* akan mendukung gagasan ini, Menurut Woods (2012) *Hobby Game* adalah berbagai permainan yang memiliki daya tarik bagi segmen populasi tertentu, dalam kasus *video game* RECITE ini hobi yang menjadi target utama adalah hobi membaca novel fiksi misteri mirip dengan karya Sir Arthur Conan Doyle dan Agatha Christie. Dengan paparan yang telah diberikan maka telah diputuskanlah oleh perancang bahwa produk pengenalan yang akan dibuat untuk pengaktifan *brand* Naraten Studio dan *video game* pertama mereka RECITE, adalah *board game* berjudul "*RECITE the Board Game*" yang

akan mendukung prinsip dari *Hobby Game* demi memikat *audience* pasar yang cocok untuk mereka.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena pada penuturan di atas, dapat diidentifikasi beberapa kesimpulan berikut :

1. RECITE merupakan produk pertama dari *video game development studio* Naraten, mereka sama sekali masih belum memiliki *audience awareness* untuk peluncuran *video game* mereka nantinya.
2. Industri *video game* merupakan industri yang sedang mengalami peningkatan pesat sekarang, dengan besarnya potensi ini maka banyak juga *studio development* baru yang bermunculan, dengan banyaknya saingan ini Naraten Studio saat ini masih belum memiliki strategi untuk menonjolkan produk mereka di pasar yang ramai.
3. *Developer video games* pemula seperti Naraten Studio kerap mengabaikan pentingnya *marketing* dan *brand awareness* demi kesuksesan peluncuran *brand* dan produk.
4. Dibutuhkannya produk pengenalan agar Naraten Studio dapat mengumpulkan *audience* yang tepat saat peluncuran game mereka dilakukan.

1.3. Rumusan Masalah

Industri *video game* merupakan industri muda yang sedang mengalami lonjakan pasar yang sangat tinggi, dengan banyaknya peluang banyak juga orang yang mencoba untuk memasuki industri ini, banyak sekali *studio development* muda yang mencoba membuat produk *video game* pertama mereka yang akhirnya gagal dikarenakan kebanyakan pelaku usaha yang ada pada kelas *indie developer* hanya memiliki keahlian untuk membuat *video game* bukan menjualnya, studio

development baru kerap mengabaikan pentingnya *marketing strategy* dan *brand awareness*, dan dengan tanpa adanya *marketing strategy* yang cocok dengan produk yang mereka akan jual tingkat kegagalan studio *video game development* baru pada masa kini masih lah tinggi.

1.4. Pertanyaan Perancangan

Setelah menyimak rumusan masalah di atas, terdapat beberapa pertanyaan yang muncul untuk perancangan *board game* ini :

1. Tipe permainan *board game* seperti apakah yang tepat untuk menjadi produk pengaktifan merek untuk *video game* RECITE ?
2. Bagaimana merancang *board game* RECITE yang dapat memperkenalkan cerita dan karakter yang ada dalam *video game* RECITE ?

1.5. Tujuan Perancangan

Setelah melihat pertanyaan perancangan di atas, terdapat beberapa tujuan yang muncul untuk perancangan *board game* ini :

1. Menemukan tipe permainan *board game* yang tepat untuk menjadi produk pengaktifan merek untuk *video game* RECITE
2. Menghasilkan perancangan *board game* RECITE yang dapat memperkenalkan cerita dan karakter yang ada dalam *video game* RECITE

1.6 Batasan Perancangan

Pada perancangan RECITE the board game sebagai produk pengaktifan merek untuk *video game* RECITE pembatasan perancangan diterapkan pada :

1. RECITE the board game dapat dimainkan dimulai dari 2 hingga 4 orang.
2. RECITE the board game akan memiliki 2 peran yang dapat dimainkan oleh para pemain, yaitu *killer* dan *survivor*, hanya akan

ada 1 *killer* pada setiap permainan dan sisa dari pemain lainnya akan bermain sebagai *survivor*.

3. *RECITE the board game* ini akan memiliki ‘*turn base gameplay*’, yang dimana akan terdapat giliran yang telah ditentukan demi memberikan *player* kesempatan masing masing untuk melakukan sebuah aksi pada gilirannya.

4. *RECITE the board game* akan memiliki ‘*card oriented action gameplay*’, yang dimana aksi yang dapat dilakukan *player* terbatas dengan kartu yang mereka miliki.

1.7. Ruang Lingkup Perancangan

Perancangan ini akan berfokus kepada pengadaptasian *video game RECITE* yang bersifat linear dan single player, menjadi *board game* bernama *RECITE the board game* yang dapat dimainkan 2 hingga 4 orang yang memiliki 2 peran berbeda yang dapat dimainkan oleh para pemain yaitu *killer* dan juga *survivor*, *killer* diharuskan membunuh para *survivor* dan para *survivor* diharuskan untuk bertahan hidup dengan cara membunuh *killer* atau-pun menyelesaikan misi dan melarikan diri, *RECITE the board game* ini juga akan memiliki ‘*turn base gameplay*’ dan ‘*card oriented action gameplay*’ yang dimana *player* hanya dapat melakukan aksi sesuai dengan kartu yang dimiliki dan dalam giliran bermain miliknya.

1.8. Manfaat Perancangan

A. Ilmu Pengetahuan

Perancangan ini dapat dijadikan sebagai *case study* untuk orang-orang yang tertarik mengenai *brand activation* terutama pada industri *video game*.

B. Masyarakat

Masyarakat akan mendapatkan produk *board game* baru yang dapat mereka mainkan.

C. Industri

Perancangan ini akan menjadi referensi untuk para *entrepreneur video game* pemula lainnya ketika mereka mencoba melakukan *brand activation*.

1.9. Sistematika Penulisan Laporan

Lembar Persetujuan
Halaman Pernyataan
Abstrak
Kata Pengantar
Daftar Isi
Daftar Tabel
Daftar Gambar
Daftar Lampiran
BAB I PENDAHULUAN
BAB II KAJIAN
BAB III METODE
BAB IV PEMBAHASAN
BAB V KESIMPULAN
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN