

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Cube Studio adalah sebuah *startup* yang berfokus pada bidang Multimedia Interaktif. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2020 oleh empat mahasiswa program D4 Teknologi Rekayasa Multimedia yang masing-masing memiliki keahlian yang berbeda-beda, menciptakan sebuah tim dengan kompetensi yang beragam dan saling melengkapi. Sejak tahun 2021, Cube Studio secara legal telah melakukan pembentukan PT Ruang Teknologi Kreatif Nusantara berdasarkan akta.

Pada tahun 2021-2022, Cube Studio mengembangkan sebuah aplikasi *event online* bernama ViraExpoir, yang berfokus pada penyelenggaraan pameran virtual berbasis *website*. ViraExpoir hadir sebagai solusi inovatif untuk mengatasi masalah yang timbul akibat pandemi COVID-19, di mana masyarakat diharuskan menghindari kerumunan dan kontak langsung. Pameran virtual menjadi sebuah solusi di tengah larangan berkerumun saat situasi pandemi COVID-19 dan pembatasan sosial berskala besar (Budiyanto dkk, 2020). Dengan menggunakan ViraExpoir, pameran dapat tetap diselenggarakan tanpa perlu khawatir akan penyebaran virus dari kerumunan massa. Kelebihan teknologi telah membawa manusia untuk tetap berinteraksi (Salim, 2018).

ViraExpoir tidak hanya mencakup aspek pameran, tetapi juga aspek *marketplace*, di mana siapa pun dapat berjualan di dalam aplikasi ini. *E-Marketplace* adalah tempat di dunia maya di mana calon pembeli bertemu untuk melakukan transaksi secara elektronik melalui internet (Munirul Ula, dkk, 2021). Menurut pendapat lain, marketplace merupakan lokasi jual beli produk di mana penjual dan pembeli bertemu di suatu tempat yang disebut sebagai pasar elektronik (Rizky Putra Fhona, dkk, 2021).

Pengembangan aplikasi ViraExpoir terus berlanjut hingga akhirnya pada tahun 2022 aplikasi ini menarik perhatian perusahaan besar, Surge. Melihat potensi dan inovasi dari produk ViraExpoir, Surge mengajukan tawaran kepada Cube Studio untuk membangun aplikasi serupa dengan jangkauan yang lebih luas dan cakupan yang lebih besar.

Kolaborasi yang dilakukan oleh Cube Studio dengan Surge ini menciptakan sebuah metaverse *social entertainment*. Metaverse dapat dikatakan sebagai dunia virtual yang mengubah dunia (Siahaan & Sawir, 2022). Pada perkembangannya metaverse menjadi perbincangan dalam dunia teknologi. Menurut Putri, et all (2022),

metaverse termasuk ke dalam sebuah konsep yang telah ada sejak lama dan merujuk pada dunia virtual yang serupa dengan dunia nyata.

Surge dan Cube Studio membangun metaverse *social entertainment* yang diberi nama PataLand, menggabungkan kata "Patala" dari bahasa Sanskerta yang berarti dimensi lain, dan "Land" yang artinya daratan. Fokus utama dari aplikasi PataLand ini adalah konser virtual. Konser virtual telah terbukti mampu menarik jumlah penonton yang tidak mungkin dicapai di dunia nyata, seperti yang terjadi pada kasus Travis Scott di aplikasi Fortnite dengan 47 juta penonton dan meraup keuntungan sebesar US\$20 juta, jumlah yang jauh lebih besar daripada pertunjukan dalam tur sebelumnya yang hanya menghasilkan US\$1 juta (Zewei, 2020). Hal ini terjadi karena adanya batasan pada konser konvensional, sedangkan konser virtual dapat diakses di mana saja dan oleh siapa pun, sebanyak-banyaknya.

Berkolaborasi dengan Surge dapat memberikan dorongan besar terhadap popularitas PataLand, terutama di kalangan artis atau penyanyi. Surge memiliki hubungan erat dengan label musik, beberapa di antaranya telah berkolaborasi dengan cara mempromosikan lagu-lagu mereka di media yang dikuasai oleh Surge, seperti dalam Kereta Rel Listrik (KRL). Dengan demikian, Surge memiliki koneksi dengan beberapa label musik yang dapat dihadirkan di dalam PataLand. Hal ini juga akan menguntungkan artis tersebut karena bisa menaikkan popularitas lagu yang dimainkan didalam PataLand.

PataLand menawarkan eksklusivitas yang dirancang khusus untuk para penggemar dengan fitur unik yang memungkinkan mereka berkomunikasi secara langsung melalui fitur chat dengan artis yang sedang tampil di dalam PataLand. Selain itu, para penggemar juga memiliki kesempatan untuk membeli *merchandise*, baik dalam bentuk fisik maupun digital, yang tersedia di platform ini. Eksklusivitas ini menjadi pembeda utama PataLand dari platform lain seperti Instagram, di mana artis hanya dapat membagikan gambar, video, dan cerita singkat (Novida, E., Avicenia, D. P., & Sinaga, n.d.), serta dari Twitter, di mana interaksi antara artis dan penggemar terbatas pada tweet dan balasan. (Yulistiana, F., Sujoko, A., & Pujarama, 2014).

Aplikasi PataLand berbasis *website* berusaha menghadirkan dunia virtual dengan visual tiga dimensi yang nyaman digunakan dan menyenangkan untuk dimainkan. Dengan sistem *multiplayer*, pengguna dapat bertemu dengan pengguna lain di belahan dunia yang lain dan pengguna dapat berinteraksi melalui kolom chat serta memberikan *reaction*. Gamifikasi sebagai aspek hiburan juga dihadirkan dalam bentuk *mini game*, *quest*, hadiah harian, *item* digital, dan aktivitas seru lainnya.

Aplikasi metaverse *social entertainment* PataLand berbasis *web* menawarkan pengalaman interaksi sosial yang inovatif serta kompatibilitas tinggi bagi penggunanya, memungkinkan akses dari perangkat apa saja yang terhubung internet tanpa memerlukan instalasi.

1.2. Identifikasi Masalah

Batasan tempat dan lokasi pada konser konvensional seringkali membatasi jumlah pengunjung yang bisa hadir. Untuk mengatasi masalah ini, Cube Studio mengembangkan metaverse *social entertainment* dengan fokus utama pada konser virtual yang bisa diakses dengan mudah melalui situs *web*.

1.3. Solusi

Untuk mengatasi permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis mengembangkan aplikasi *social entertainment* metaverse bernama PataLand yang dapat dimainkan melalui *website*. PataLand adalah platform visual tiga dimensi dengan multi-platform, penulis berfokus mengembangkan PataLand pada platform *website* yang dikembangkan bersama rekan kerja di *startup* Cube Studio.

1.4. Target Pasar

Dalam membuat metaverse *social entertainment* berupa PataLand, penulis serta rekan *startup* membuat target pasar dalam skala nasional, diantaranya:

- 133,8 juta pemain game pada perangkat ponsel
- 131 juta penikmat pertunjukan musik
- 53,4 juta pemain game pada perangkat komputer
- 20 juta penikmat konten Vtuber
- 158 Vtuber

1.5. Model Bisnis

Cube Studio merencanakan 2 skema model bisnis yaitu B2B dan B2C. Skema B2B berfokus pada penjualan kepada *brand*. Skema B2C berfokus pada pengguna aplikasi PataLand.

1.6. Peta Jalan Startup (Roadmap)

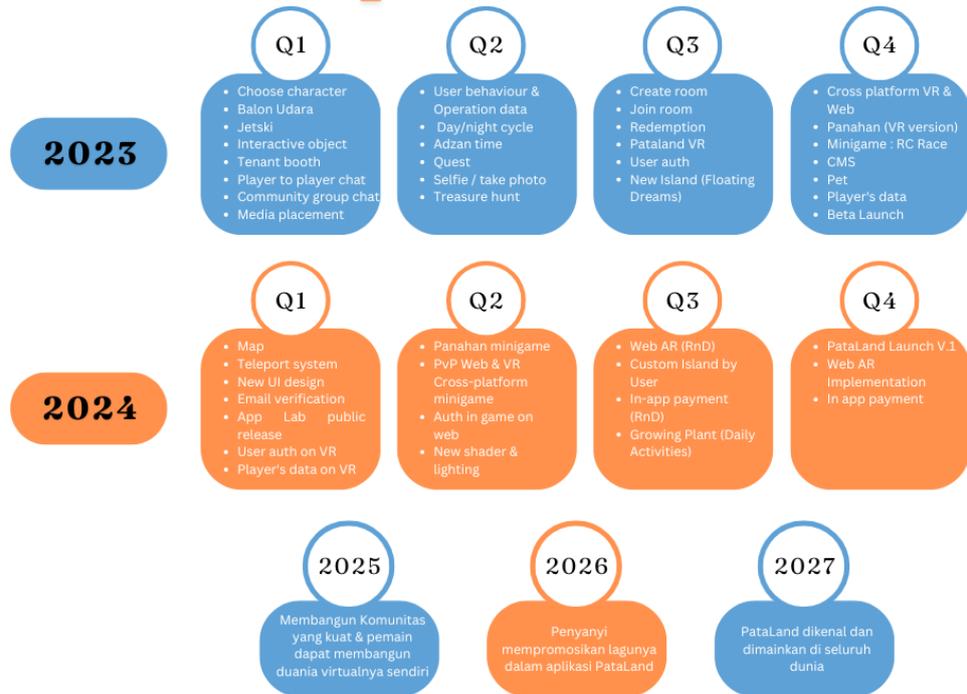
Cube Studio memiliki rencana untuk mengembangkan produk PataLand seperti yang diilustrasikan pada gambar 1.1 di bawah ini. Pada tahun 2023, kami berhasil meluncurkan versi beta PataLand yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Kami juga telah melakukan beberapa showcase untuk memamerkan PataLand kepada publik serta menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak seperti Indonesia Comic Con, ITB, dan Universitas Telkom.

Pada tahun 2024, kami akan merilis versi VR dari PataLand agar dapat dimainkan secara cross-platform oleh para pengguna. Fitur minigame yang dapat dimainkan secara cross-platform menjadi nilai tambah bagi PataLand. Tahun ini juga menandai peluncuran resmi versi pertama PataLand.

Di tahun-tahun berikutnya, fokus kami akan tertuju pada promosi PataLand dan pembangunan komunitas pengguna. Dengan demikian, pada tahun 2026, PataLand

akan dikenal dan dimainkan oleh banyak orang. Hal ini akan memudahkan para penyanyi untuk mempromosikan lagu-lagu mereka di PataLand karena sudah ada pangsa pasar yang kuat. Pada tahun 2027, kami berharap banyak penyanyi akan memamerkan karya-karya mereka melalui PataLand, sehingga aplikasi ini akan dikenal di seluruh dunia.

Roadmap



Gambar 1.1 Roadmap Startup