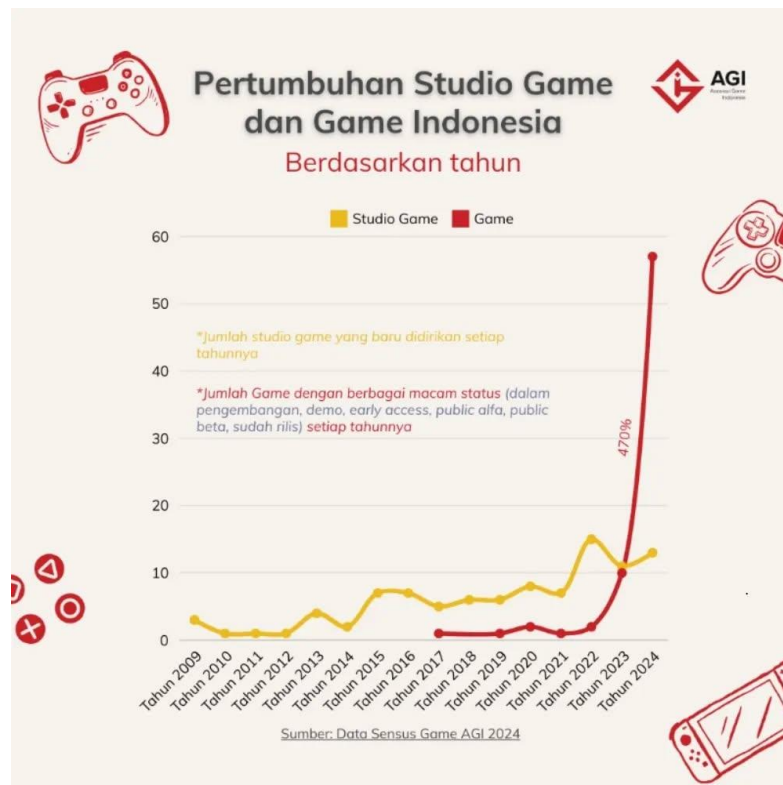


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

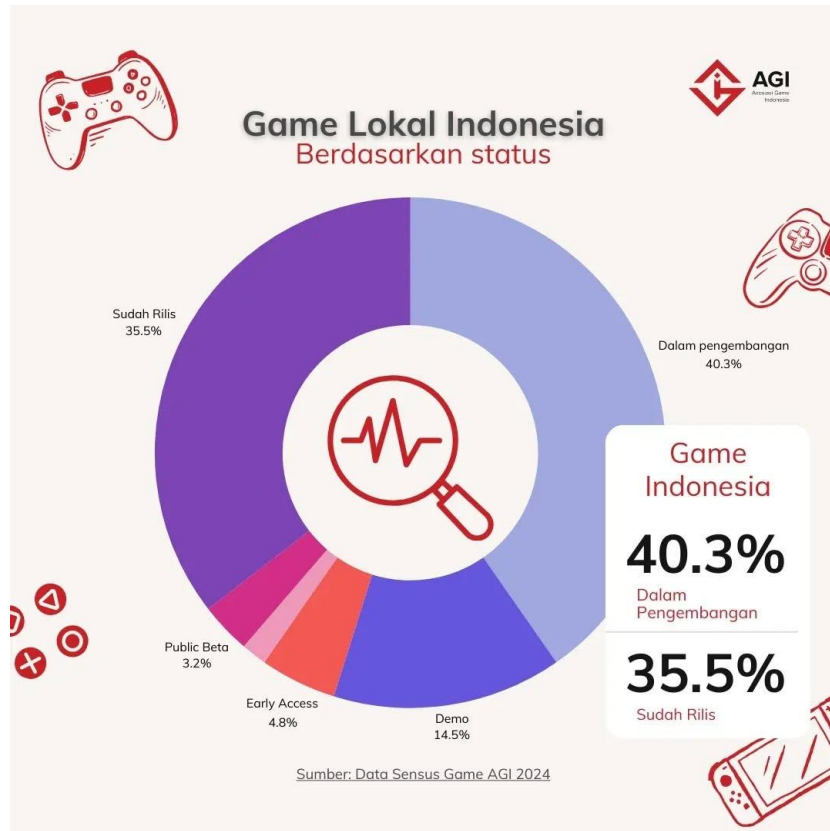
Subsektor pengembangan permainan atau *game developer* memiliki pangsa yang sangat besar dalam ekonomi kreatif di Indonesia, oleh karena itu subsektor pengembang permainan menjadi salah satu subsektor kekinian yang terus tumbuh dan berkembang. Subsektor pengembangan permainan atau *game developer* juga berdampak pada penyediaan lapangan pekerjaan. Jumlah pekerja yang bekerja di sektor aplikasi dan gim diperkirakan sebanyak 10.917 pekerja, yang berarti per-2021 ada 140.321 pekerja yang bekerja di sektor ini. Tidak hanya dari kuantitas pekerja saja, akan tetapi kualitas gim lokal yang dihasilkan dari pengembangan permainan lokal juga sangat berkualitas (Kementrian Informasi dan Komunikasi, 2021).



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Studio Game dan Game Indonesia

Sumber: Asosisasi Game Indonesia 2024

Game Developer merupakan individu atau perusahaan yang memiliki keahlian dalam pengembangan atau pembuatan *game*. Seorang *game developer* mempunyai tugas merancang, mengembangkan, memprogram serta merealisasikan ide atau konsep tentang permainan menjadi nyata dalam sebuah *game*. Selain itu, seorang *game developer* juga bertanggung jawab dalam aspek kreatif yang ada dalam *game*, seperti merancang cerita dan *gameplay*, membuat karakter di dalam *game*, dan merancang dunia yang ada di dalam *game* (Megaxus, 2024). Pada gambar 1.1 terdapat grafik yang menunjukkan pertumbuhan studio *game* yang akan membuat *game* dan terdapat grafik *game* di Indonesia. Berdasarkan grafik diatas pendirian studio *game* di Indonesia mengalami naik turun pada setiap tahunnya. Angka tertinggi pendirian sebuah studio *game* di Indonesia terjadi pada tahun 2021-2022 dengan jumlah lebih dari 10 studio *game* yang berdiri. Sedangkan grafik pertumbuhan *game* di Indonesia mengalami kenaikan yang sangat pesat pada tahun 2024 dengan jumlah *game* sebanyak lebih dari 50 *game*.

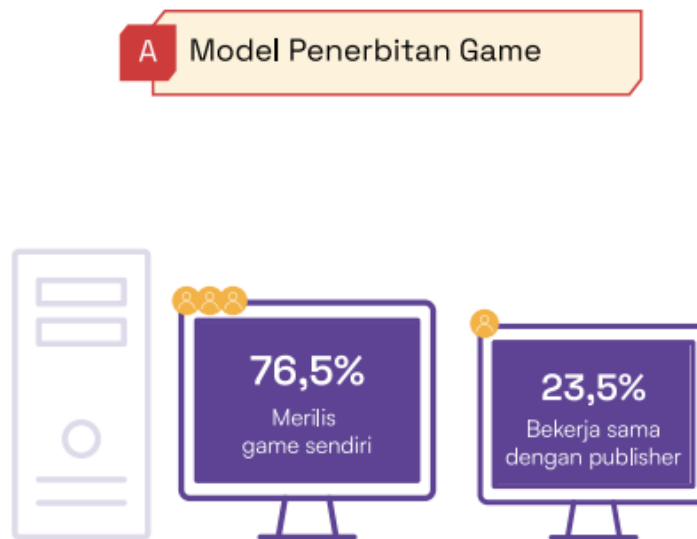


Gambar 1. 2 Game lokal Indonesia Berdasarkan Status

Sumber: Asosiasi Game Indonesia 2024

Pertumbuhan *game* lokal di Indonesia pada tahun 2024 memiliki beberapa status berdasarkan progress dari perilisan *game* tersebut, ada yang sudah dirilis, dalam tahap pengembangan, demo, *early access* dan *public beta*. Sebanyak 40.3% *game* lokal di Indonesia sedang dalam pengembangan yang berarti *game* tersebut masih belum bisa dimainkan dan membutuhkan perbaikan dan pengembangan untuk meningkatkan kualitas *game* yang akan dirilis, sedangkan *game* yang sudah dirilis dan sudah bisa dimainkan oleh banyak orang sebesar 35.5%. Selain itu, ada juga *game* yang sedang dalam tahap demo sebesar 14.5%, pada tahap demo ini studio *game* akan merilis *game* dalam versi demo atau versi uji coba, sehingga para pemain *game* nantinya akan mendapatkan gambaran ketika mereka membeli *game* tersebut. Kemudian terdapat

4.8% *game* yang berstatus *early access*, dalam status ini *game* sudah bisa di rilis untuk umum akan tetapi belum sampai tahap final, biasanya tahap ini hanya bisa di nikmati oleh beberapa orang saja. Lalu yang terakhir adalah *game* dengan status *public beta* dengan presentase 3.2%.



Gambar 1. 3 Model Penerbitan *Game*

Sumber: Laporan Industri Game oleh Asosiasi Game Indonesia 2021

Berdasarkan data diatas, sebanyak 76,5% perusahaan pengembangan *game* di Indonesia merilis gamenya sendiri tanpa bantuan ataupun kerja sama dari *publisher*, sedangkan perusahaan pengembangan *game* yang merilis *game* nya dengan bantuan *publisher* hanya sebesar 23,5%. Oleh karena itu, peluang bagi perusahaan pengembangan *game* untuk bekerja sama dengan *publisher*, khususnya untuk perilsan *game* secara global masih terbuka lebar. Akan tetapi, dibalik semua kesuksesan suatu *game* terdapat pihak yang berperan besar dalam pengembangan *game* tersebut.

Terdapat dua macam *Game developer* atau pengembang *game* yaitu, pengembang besar dan pengembang indie. Maksud dari pengembang mm adalah perusahaan pengembang *game* yang memiliki kerja sama dengan suatu *publisher* dengan adanya kerja sama tersebut biaya yang digunakan untuk pengembangan suatu *game* akan besar sehingga diharapkan mampu menghasilkan *game* yang berkualitas tinggi. Sedangkan pengembang indie adalah pengembangan *game* yang dilakukan dengan suatu individu tanpa adanya kerja sama dengan *publisher*, sehingga modal yang dimiliki untuk mengembangkan suatu *game* terbatas (Jamalullail, 2023).



Gambar 1. 4 Pengembang *Game* Indonesia Berdasarkan Jumlah Team

Sumber: Asosiasi Game Indonesia 2024

Berdasarkan gambar diatas, terdapat 18.3% *solo developer* yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *game developer* yang membuat *game* sendiri tanpa bantuan siapapun, kemudian terdapat 73.1% perusahaan *game* dengan tim yang terdiri

dari 2-20 orang. Sedangkan tim dengan beranggotakan 20-50 orang sebesar 4.3%, lalu tim dengan anggota 50-100 orang sebesar 3.2% dan yang terakhir tim dengan anggota lebih dari 100 orang hanya sebesar 1.1%.

1.1.1 Lokapala



Gambar 1. 5 Logo Lokapala

Sumber: Anantarupa Studios (2024)

Lokapala merupakan sebuah *game* yang bergenre *multiplayer online battle arena* atau MOBA yang terinspirasi dari cerita mitologi Indonesia. Anantarupa Studios sebagai perusahaan pengembangan *game* atau *game developer* yang berasal dari Indonesia bersama PT Melon Indonesia sebagai *publisher* berhasil mengembangkan *game* Lokapala. Cara bermain *game* Lokapala sama seperti *game* Mobile Legends atau *game* dengan genre MOBA pada umumnya, di mana dua tim yang terdiri dari 5 pemain yang akan saling beradu strategi. Selain itu, para pemain juga harus mampu menggunakan kemampuan para ksatria untuk bisa bertarung dengan maksimal. Pada *game* Lokapala menyajikan adu strategi dan kreatifitas dalam pertarungan di dalam *game*, tim yang mampu menghancurkan markas lawan adalah pemenangnya (Rafif, 2024).

Kata “Lokapala” diambil dari Bahasa *Sanskerta*, “*Loka*” yang mempunyai arti dunia dan “*Pala*” yang berarti penjaga. Tidak hanya dari namanya saja yang unik, tampilan dari *game* Lokapala juga sangat menarik. Karena, *game* karya anak bangsa ini menampilkan berbagai unsur kebudayaan yang menjadi ciri khas Indonesia, seperti *item* dalam *game*, peta yang digunakan, hingga karakter atau “Ksatriya” asli Indonesia. Karakter *hero* atau ksatriya pada *game* Lokapala terinspirasi dari kisah yang berasal dari Indonesia, seperti Gatot Kaca, Gajahmada, dan Raden Wijaya. Selain itu terdapat beberapa karakter hewan atau makhluk yang berasal dari kisah mitologi Indonesia seperti Garuda dan Barong. *Game* Lokapala juga bisa menjadi media untuk mengenalkan budaya dan sejarah Indonesia ke generasi anak muda sekarang yang mulai melupakan hal tersebut, bahkan melalui Lokapala kebudayaan Indonesia juga bisa dikenal masyarakat di luar Indonesia (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif, 2021).

Lokapala dirilis oleh Anantarupa Studios pada tanggal 20 Mei 2020, *game* Lokapala tersedia bagi platform Android dan IOS. Lokapala akan terus berkembang menjadi *game* asal Indonesia yang akan di kenal oleh negara lain. Anantarupa Studios selaku pengembang dari Lokapala mempunyai target untuk lebih mengenalkan Lokapala di daerah Asia Tenggara, India, dan Amerika Latin (Anantarupa Studios, 2020). Lokapala juga menjadi salah satu *game* resmi buatan Indonesia yang hadir pada acara Pekan Olahraga Nasional (PON) XXI 2024 Aceh-Sumatra Utara, *game* Lokapala pada acara PON 2024 sejajar dengan *game* terkenal yang berasal dari luar negeri, seperti, Mobile Legend, Free Fire, PUBG Mobile, dan Efootball. Daftar *game* tersebut merupakan *game* resmi yang turut meramaikan perolehan medali pada acara PON 2024 lalu (Kausar, 2024). Informasi terbaru dari laman resmi Lokapala, Lokapala juga menjadi satu-satunya *game* buatan Indonesia yang menjadi *game* resmi di acara *World Cyber Games* yang dilaksanakan di Indonesia pada 31 Agustus-1 September 2024 kemarin.

1.2 Latar Belakang

Industri *game* pada beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat. Hadirnya alat dan teknologi yang maju membantu menghilangkan hambatan dan memberi perusahaan pengembang *game* dan para pemain *game* kekuatan dalam hal berkreasi lebih cepat daripada sebelumnya. kemajuan ini membantu perusahaan pengembang *game* berevolusi dalam hal pengembangan *game* menjadi lebih berkualitas serta menarik perhatian dari investor atau *publisher* untuk bekerja sama dengan perusahaan pengembangan *game* (Griffin, 2023).

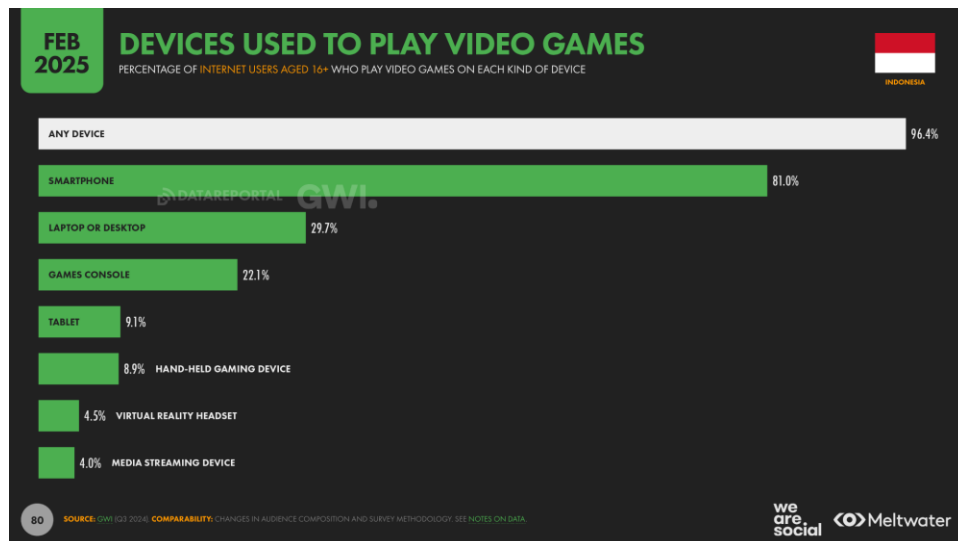
Industri *game* di Indonesia merupakan salah satu sektor industri kreatif yang memiliki potensi dan peluang yang besar, selain itu industri *game* di Indonesia juga memiliki pangsa pasar yang besar (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif, 2023). Meskipun industry *game* di Indonesia memiliki pangsa pasar yang besar, pemanfaatannya masih belum optimal. Hal tersebut tercermin dari ketidakseimbangan antara besarnya permintaan pasar dan jumlah pengembang lokal yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut serta menghasilkan produk berupa *game* lokal yang dapat mewakili identitas industri *game* nasional (Mulachela dkk., 2020).



Gambar 1. 6 Jumlah pemain *Game Mobile* di Indonesia

Sumber: Laporan Industri Game oleh Asosiasi Game Indonesia 2021

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa industri gim di Indonesia didominasi oleh *game mobile* atau permainan yang di mainkan menggunakan ponsel pintar. Asosiasi Game Indonesia memperkirakan pada tahun 2025 nantinya jumlah pemain yang memainkan *game mobile* sebanyak 133,8 juta orang. Masyarakat Indonesia lebih memilih *game mobile* daripada *game* komputer dengan alasan biaya yang murah dan akses yang mudah. Selain itu, permainan yang tersedia di ponsel pintar sangat beraneka ragam dan dapat dimainkan pada ponsel dengan spesifikasi yang menengah kebawah .



Gambar 1. 7 Perangkat yang digunakan untuk bermain *game* di Indonesia

Sumber: Datareportal.com 2024

Sebanyak 81,0% masyarakat Indonesia bermain *game* dengan menggunakan perangkat berupa *smartphone*. Perangkat *smartphone* dipilih oleh masyarakat Indonesia dengan alasan mudah digunakan dan bisa di gunakan untuk bermain *game* di mana dan kapan saja, selain itu *game* yang bisa dimainkan di perangkat *smartphone*

sangat bervariasi mulai dari *game* kasual dan *game* yang kompetitif sekalipun (Iswendia, 2024).

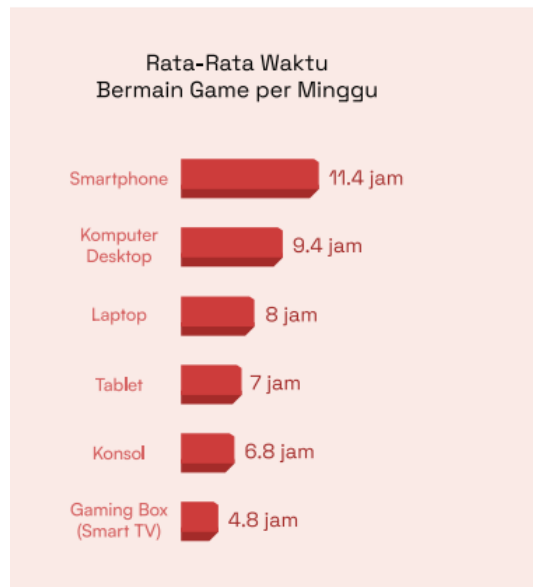
sedangkan masyarakat Indonesia yang bermain *game* menggunakan laptop atau *desktop* sebesar 29,7%. Perangkat laptop dan *desktop* dipilih oleh para pemain *game* yang menginginkan pengalaman bermain *game* yang lebih seru dan kompleks, selain itu terdapat banyak sekali *game* yang mempunyai grafis dengan kualitas yang lebih tinggi serta *gamplay* yang lebih rumit daripada *game* yang ada di perangkat lain, sehingga laptop dan *desktop* menjadi pilihan yang tepat untuk bermain *game* tersebut (Iswendia, 2024).

Kemudian di peringkat ketiga terdapat perangkat *game console* seperti XBOX, playstation dan Nintendo sebanyak 22,1%. Perangkat ini dipilih oleh para pemain *game* yang mencari pengalaman bermain *game* dengan kualitas grafis yang tinggi pada layar besar, selain itu terdapat *game eksklusif* yang hanya dapat dimainkan pada perangkat *game console*. *Game* pada perangkat *console* juga dapat dimainkan oleh *multiplayer* yang dapat dimainkan dengan nyaman pada layar televisi rumah (Iswendia, 2024).

Sementara itu, Tablet dengan angka 9,1% menjadi pilihan bagi pemain *game* yang tetap membutuhkan fleksibilitas atau bisa dimainkan di manapun dan kapan pun dengan layar lebih besar dibandingkan dengan layar *smartphone*. Selanjutnya perangkat *gaming hand – held gaming device* dengan presentase 8,9%. Meski perangkat ini sudah tidak menjadi trend di kalangan pemain *game*, perangkat ini masih menjadi pilihan bagi mereka yang ingin bermain *game* secara portable dan *game* yang dimainkan akan lebih presisi dan mudah di kontrol dibandingkan dengan menggunakan *smartphone* (Iswendia, 2024).

Kemudian di posisi kedua terakhir adalah perangkat *virtual reality headset* dan media *streaming device* yang masing-masing memiliki presentase 4.5% dan 4.0%. Perangkat *gaming virtual reality* meskipun memiliki angka yang kecil, perangkat ini memiliki potensi yang besar di dunia *gaming* dan akan terus berkembang. Selanjutnya,

perangkat *gaming media streaming device*. Perangkat ini merupakan tren baru dikalangan para pemain *game* di Indonesia, para *gamers* bisa melakukan *streaming* video tentang *game* yang ingin mereka mainkan melalui aplikasi *streaming* sehingga mereka tidak membutuhkan perangkat lain untuk memainkan *game* tersebut (Iswendia, 2024).



Gambar 1. 8 Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk bermain *game*

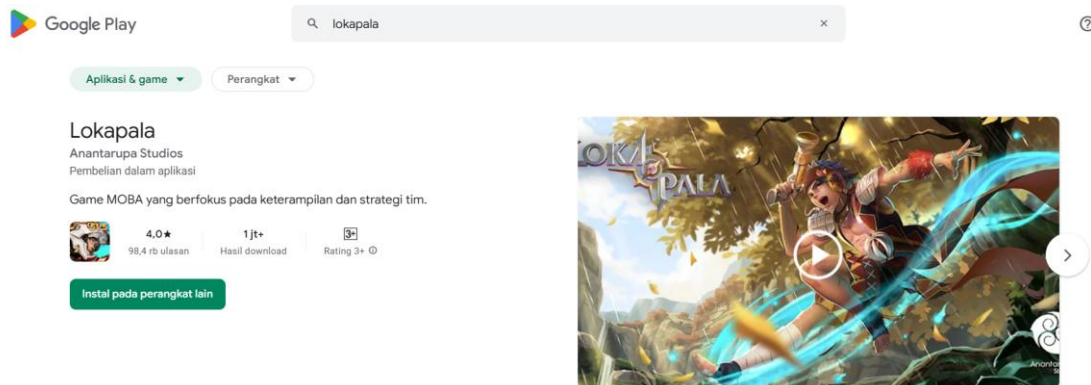
Sumber: Laporan Industri Game oleh Asosiasi Game Indonesia 2021

Masyarakat Indonesia menggunakan ponsel pintar mereka untuk bermain *game* dengan rata-rata waktu yang dihabiskan selama 11 jam per minggu. Sedangkan untuk para pemain *game* komputer menghabiskan waktu selama 8-9 jam per minggu. Para pengguna konsol menghabiskan waktu mereka untuk bermain *game* selama 7 jam per minggu.

Kehadiran Lokapala sebagai *game* buatan Indonesia pertama yang bergenre *multiplayer online battle arena* atau MOBA merupakan sebuah prestasi dalam dunia *game*. Lokapala memiliki ciri khas dan keunikan yang terinspirasi dari sejarah dan kebudayaan Indonesia, seperti nama karakter, desain dari peta, dan latar belakang

cerita. Lokapala juga berkontribusi pada pegelaran PON XXI di Papua, lokapala menjadi *game* buatan Indonesia yang di pertandingkan pada acara tersebut bersama dengan *game* terkenal buatan luar negeri, seperti *game* E-football, Mobile Legends, Free Fire dan PUBG Mobile (Dianwari, 2024).

Dibalik prestasi, kelebihan dan keunikan yang dimiliki, Lokapala masih kurang diminati oleh kalangan para *gamers* di Indonesia. Berdasarkan informasi yang saya peroleh dari Google Playstore, jumlah unduhan dari *game* Lokapala hanya sekitar 1JT. Angka tersebut jauh dari jumlah unduhan para kompetitor Lokapala yang sudah mempunyai total puluhan dan ratusan juta unduhan. Selain itu, Lokapala juga memiliki rating yang cukup bagus, yakni 4,0 dari 5 dan memiliki total ulasan sekitar 98,4rb.



Gambar 1. 9 Informasi total unduhan, rating dan ulasan *game* Lokapala

Sumber: Google Playstore (2025)

Berdasarkan jumlah unduhan dan rating pada Google Playstore, Lokapala mempunyai tantangan untuk bisa bersaing pada pasar *game* di Indonesia. Kualitas Lokapala masih kalah jauh jika dibandingkan dengan pesaing utama yaitu Mobile Legends, dari segi kualitas *gameplay*, grafis pada permainan, marketing, serta komunitas yang dibangun. Selain itu, pasar domestik Indonesia juga masih kurang menerima Lokapala.

Memahami persepsi dan sentimen pengguna sangat penting dilakukan agar *game* lokal dapat lebih memahami keinginan pengguna dan mengetahui persepsi serta sentimen pengguna terhadap *game* yang telah dimainkan oleh para pemain *game*. Ulasan pada platform Google Playstore bisa dijadikan media untuk mengetahui persepsi dan sentimen pengguna terhadap suatu *game* dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi tim pengembang *game* untuk lebih baik dan meningkatkan kualitas *game* yang telah dimainkan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana opini dari para pemain *game* terhadap Lokapala melalui ulasan mereka terhadap Lokapala pada aplikasi Google Playstore. Opini para pemain terhadap Lokapala dapat dijadikan bahan evaluasi bagi *developer* Lokapala untuk terus berkembang dan meningkatkan kualitas dari Lokapal agar bisa bersaing dengan *game* yang dikembangkan oleh perusahaan asing.

1.3 Perumusan Masalah

Ulasan pada *platform* Google Playstore dapat membantu mengetahui bagaimana persepsi para pengguna yang telah memainkan *game* yang telah dirilis, ulasan-ulasan tersebut jika dikelola dengan menggunakan ilmu pengetahuan yang tepat dapat membantu pengembangan dan peningkatan pada kualitas *game* Lokapala di masa yang akan datang. Maka dari itu, penelitian ini akan membuat riset dengan pertanyaan penelitian yang dapat diambil, yaitu:

1. Bagaimana sentimen para pemain *game* terhadap *game* lokal berdasarkan ulasan pada *platform* Google Playstore?
2. Topik pembahasan apa saja yang sering dibahas oleh para pemain *game* mengenai *game* lokal berdasarkan ulasan pada *platform* Google Playstore?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dapat diambil, diantaranya:

1. Untuk mengetahui bagaimana sentimen para pemain *game* terhadap *game* lokal berdasarkan ulasan pada *platform* Google Playstore.
2. Untuk mengetahui topik apa saja yang sering dibahas oleh para pemain *game* terhadap *game* lokal berdasarkan ulasan pada *platform* Google Playstore.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan mengenai bagaimana persepsi para pemain *game* terhadap *game* lokal menggunakan metode *Bidirectional Encoder Representations from Transformers (BERT)* melalui ulasan pada *platform* Google Playstore.

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi serta menjadi acuan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan persepsi para pemain *game* terhadap *game* lokal menggunakan metode *Bidirectional Encoder Representations from Transformers (BERT)* melalui ulasan pada *platform* Google Playstore.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi opsi atau pilihan sebagai pertimbangan bagi para pemain *game* untuk memainkan *game* lokal dalam kasus ini adalah Lokapala. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membantu perusahaan pengembang *game* dalam mengetahui bagaimana pandangan para pemain *game* terhadap *game* lokal sehingga perusahaan dapat mengembangkan dan meningkatkan kualitas *game* sesuai dengan permintaan pengguna.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang isinya adalah menjelaskan bagaimana penelitian ini dilakukan hingga menghasilkan sesuatu berupa ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk melakukan pengembangan dan peningkatan

kualitas dari suatu produk perusahaan. Sistematika penulisan ini mengacu pada format yang telah ditetapkan oleh Telkom University. Adapun kelima bab tersebut antara lain:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian, Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasioanlisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknis Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian akhir dari penelitian ini adalah bagian yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, kemudian terdapat saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.