

BAB I

PENDAHULUAN

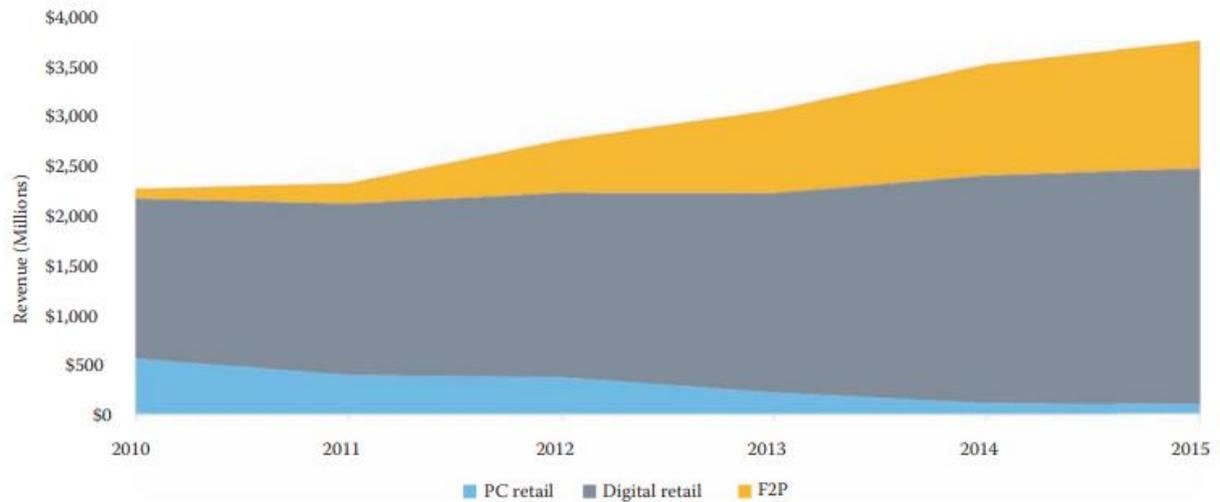
Bab ini menjelaskan latar belakang dilakukannya penelitian. Bab ini terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dilakukannya penelitian ini , dan sistematika penulisan tugas akhir ini.

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Menurut Newzoo dan Gamescom (2019) Indonesia menjadi salah satu pasar game terbesar di Asia Tenggara .Indonesia juga merupakan salah satu negara yang memiliki industri game yang terus berkembang tiap tahunnya (Budiansyah, 2020). Indonesia memiliki startup-startup yang terus berkembang seperti Agate Studio, Touchten Games, Toge Production, dan lain-lain. Beberapa perusahaan di Indonesia juga memberikan program untuk mendukung perkembangan startup game di Indonesia salah satunya adalah Indigo yang dipandu oleh PT Telkom Indonesia.

1.2 Latar Belakang

Pada tahun 2016 Electronic Entertainment Design and Research (EEDAR) menghasilkan informasi mengenai perkembangan pasar game di Amerika Utara, seperti berikut ini Gambar 1.6 Keuntungan Game PC di Amerika Utara, merupakan data yang diambil oleh Electronic Entertainment Design and Research (EEDAR) tahun 2016 :



Gambar 1.1 Keuntungan Pasar Game di Amerika Utara

Sumber : Wardyga, 2019:289

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2010 samapi 2015 di Pasar game di Amerika Utara terus meningkat. Game-game yang berada di pasar tersebut memiliki beberapa fitur-fitur yang dapat menguntungkan bisnis game. Fitur-fitur yang dapat menguntungkan sebuah bisnis game seperti fitur *Free-to-Play* (F2P), *Freemium*, *Pay-to-Play*, dan *Microtransaction*. *Free-to-Play* merupakan fitur dimana sebuah game dapat dimainkan secara cuma-cuma dan dapat dimainkan atau diunduh secara langsung oleh orang-orang. *Freemium* merupakan fitur dimana pemain dapat membeli fungsi atau fitur khusus dalam game *Free-to-Play*. *Pay-to-Play* merupakan fitur dimana pemain harus membeli *game* tersebut atau membayar *subscription* untuk memainkan suatu game. *Microtransaction* merupakan fitur pembelian barang virtual yang dapat berupa berbagai hal seperti, konten tambahan dalam sebuah permainan, kosmetik virtual, dan barang fungsional yang berguna untuk pemain

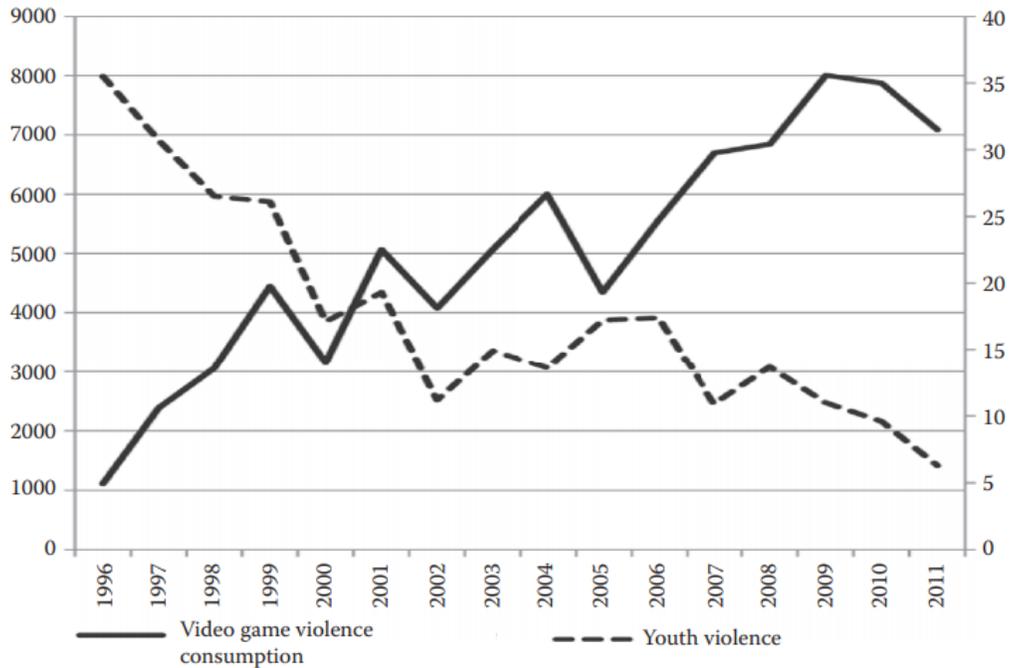
Menurut National Purchase Diary (NPD) pada tahun 2016 pengguna *console* lebih cenderung menyukai game dengan genre seperti *action*, *shooter*, *sport*, dan genre lainnya seperti Tabel 1.1 Best Genre Game berdasarkan Unit Penjualan (NPD, 2016). Sedangkan PC *gamer* lebih cenderung ke genre game seperti game strategi, casual, dan role-playing game(RPG),

Tabel 1.1 Best Genre Game berdasarkan Unit Penjualan (NPD, 2016).

	Action	Casual	Shooter	Sports	Strategy	RPG	Other
Console	22.9%	0.9%	24.5%	13.2%	3.8%	11.6%	23.1%
PC	4.1%	25.8%	6.3%	0.2%	36.4%	18.7%	8.5%

Sumber : Wardyga, 2019:229

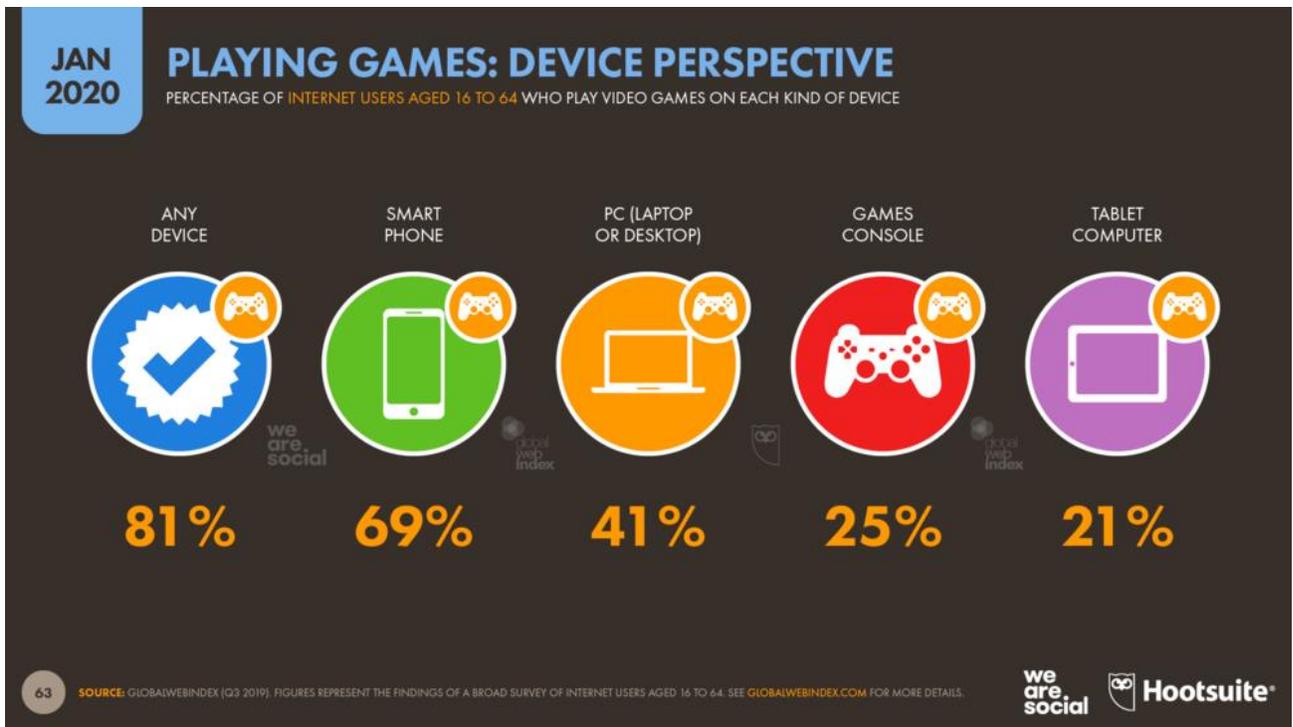
Dari data hasil genre game yang populer menghasilkan sejumlah genre yang populer seperti game *action*, *shooter*, *strategy*, dan *RPG*. Game-game tersebut memiliki berbagai macam fitur salah satunya fitur *combat* atau pertarungan, dimana fitur tersebut mengandung aspek kekerasan. Data yang diambil oleh Ferguson (2015) seperti Gambar 1.5 Peningkatan Konsumsi Game yang Memiliki Aspek Kekerasan, bahwa aspek tersebut mendukung penjualan sebuah game, namun juga terbukti dari data tersebut bahwa aspek tersebut dapat mengurangi kasus kejahatan yang dilakukan kalangan muda,



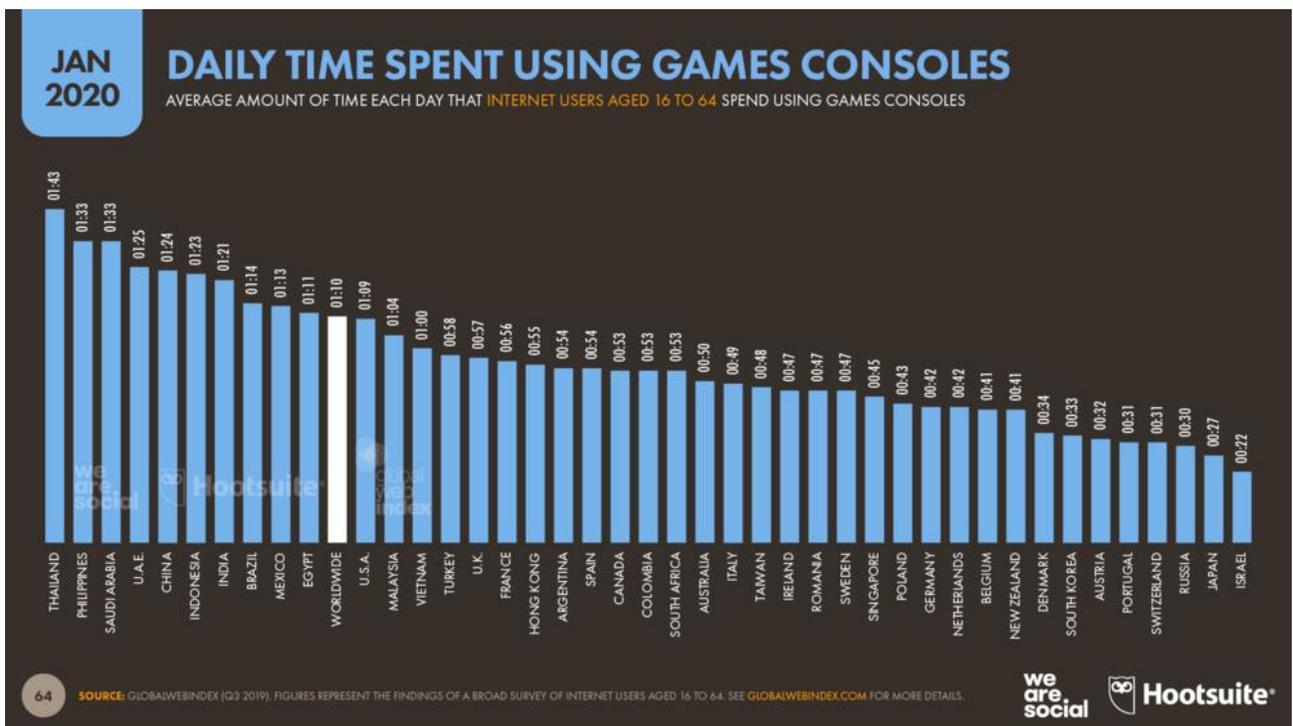
Gambar 1.2 Peningkatan Konsumsi Game yang Memiliki Aspek Kekerasan

Sumber : Wardyga, 2019:177

Padan bulan Januari 2020 diketahui bahwa 81% pengguna internet berumur 16 tahun sampai 64 tahun, menggunakan internet untuk bermain video games. Data pada Gambar 1.3 Penggunaan Berbagai Perangkat untuk Bermain Video Games, mengungkapkan bahwa smartphone merupakan perangkat yang paling digemari untuk bermain video games. Dari Gambar 1.4 Daftar Negara Pengguna Console untuk Bermain Game merupakan data yang diperoleh oleh DataReportal, yang menyatakan bahwa Indonesia termasuk urutan ke enam terbesar yang memiliki jumlah gamer yang memainkan game *console* seperti Play Station, Xbox, dan Nintendo.



Gambar 1.3 Penggunaan Berbagai Perangkat untuk Bermain Video Games



Gambar 1.4 Daftar Negara Pengguna Console untuk Bermain Game

Sumber : Digital 2020 : Global Digital Overview,

(<https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview?format=amp>)

Pada tahun 2018 terdapat bahwa gamer Indonesia menghabiskan US\$1.1 juta untuk pasar games, yang menjadikan Indonesia salah satu penghasil pemasukan terbesar di Asia Tenggara. Diketahui 94% dari pemasukan tersebut adalah transaksi untuk membeli barang in-game atau barang virtual yang ditawarkan dalam game. Namun, dari data yang dihasilkan oleh Asosiasi Game Indonesia (AGI) keuntungan yang didapatkan dari perusahaan Indonesia hanya 8% dari total pendapatan industri game. Berikut ini Gambar 1.2 Insight into the Indonesia Games Market merupakan data yang dihasilkan oleh pasar games di Indonesia :



Gambar 1.5 Insight into the Indonesia Games Market

Sumber : Insight into the Indonesia Games Market,

(<https://newzoo.com/insights/infographics/insights-into-the-indonesian-games-market/>)

Penelitian ini memilih startup game di Indonesia karena perbedaan keuntungan yang diperoleh oleh startup game Indonesia dengan startup atau perusahaan game dari negara lain. Alasan lain penelitian memilih startup game di Indonesia dengan tujuan untuk membantu mengembangkan game yang fenomenal untuk masyarakat Indonesia.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merasa perlu adanya penelitian untuk menganalisis *customer jobs* dari gamer sebagai ide atau inovasi startup game di Indonesia, sehingga startup game di Indonesia dapat menarik perhatian gamer dan mendatangkan investor – investor untuk startup mereka. Penulis akan meneliti ulasan dari social media yakni Twitter untuk mengetahui customer profile, yang nantinya dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan ide atau inovasi baru untuk startup game “IDENTIFIKASI GENRE GAME DAN FITUR GAME MENGGUNAKAN *TOPIC MODELING* UNTUK INOVASI PADA GAME STARTUP DI INDONESIA”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yakni, perkembangan pasar game di Indonesia yang menjadikan Indonesia sebagai salah satu pemasuk keuntungan pada industri game di Asia Tenggara, namun hanya sebagian kecil dari pemasukkan tersebut didapatkan pada industri game local di Indonesia. Penulis merasa perlu adanya analisa pemasaran game di Indonesia dan mengolah informasi untuk membantu mengembangkan startup-startup game di Indonesia. Hasil analisa tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengetahui genre atau fitur-fitur game apa saja yang diminati oleh gamer di Indonesia. Hasil tersebut juga dapat digunakan untuk membantu startup game di Indonesia untuk menghasilkan ide atau inovasi baru untuk pengembangan game mereka, yang didasari dari analisis data game yang disukai oleh game. Dalam penelitian ini data akan di ambil dari media Twitter dan diklasifikasikan menggunakan Naïve bayes, lalu diolah menggunakan *Value Proposition* dan *Design Thinking* untuk mengetahui ide atau inovasi yang dapat dibuat untuk mengembangkan startup game di Indonesia.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka dihasilkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa topik utama yang muncul pada media Twitter mengenai genre game ?
2. Apa topik utama yang muncul pada media Twitter mengenai customer interaction yang diinginkan dalam game ?
3. Apa topik utama yang muncul pada media Twitter mengenai model profit pada game ?
4. Apa topik utama yang muncul pada media Twitter mengenai value yang paling diinginkan dalam game ?
5. Apa *value proposition* dari ulasan gamer pada media Twitter mengenai game yang dapat dijadikan inovasi atau ide produk game ?
6. Apa Model Bisnis Innovation berdasarkan ulasan gamer pada media Twitter ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena dan perumusan masalah yang ada maka, menghasilkan tujuan penelitian seperti berikut :

1. Untuk mengetahui topik utama yang muncul pada media Twitter mengenai genre game.
2. Untuk mengetahui topik utama yang muncul pada media Twitter mengenai customer interaction yang diinginkan dalam game.
3. Untuk mengetahui topik utama yang muncul pada media Twitter mengenai model profit pada game.
4. Untuk mengetahui topik utama yang muncul pada media Twitter mengenai value yang paling diinginkan dalam game.
5. Untuk mengetahui *value proposition* dari ulasan gamer pada media Twitter mengenai game yang dapat dijadikan inovasi atau ide produk game.
6. Untuk mengetahui Model Bisnis Innovation berdasarkan ulasan gamer pada media Twitter.

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut ini manfaat penelitian secara akademisi dan praktisi

A. Akademisi

1. Memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang Game mengenai genre game dan fitur-fitur game.
2. Memberikan pengetahuan terbaru mengenai trend genre game dan fitur-fitur game berdasarkan ulasan pada twitter.

B. Praktis

1. Sebagai acuan dalam pembentukan model bisnis inovasi yang dapat dimanfaatkan oleh startup game dan industry game.
2. Memberikan pengetahuan terbaru mengenai fitur pada game yang diekspetasikan untuk game-game yang dikembangkan.