

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Topik besar yang diangkat pada tugas akhir kali ini adalah nasionalisme. Berbicara mengenai nasionalisme, tidak akan terlepas kaitannya dengan cinta pada negara. Ada berbagai macam aspek yang dapat dikategorikan ke dalam topik nasionalisme ini. Unsur yang diusung pada tugas akhir ini adalah pencerminan sikap nasionalisme dengan cara mencintai produk buatan warga Indonesia itu sendiri.

Dalam tugas akhir ini, penulis ingin mengangkat topik nasionalisme seputar industri *video game* lokal. Mengingat industri game pada zaman sekarang sedang berkembang pesat, terutama di Indonesia, maka kita sebagai warga negara baiknya mendukung perkembangan tersebut. Perkembangan ini juga didukung oleh berkembang pesatnya teknologi saat ini sehingga definisi dari “*video game*” yang telah kita ketahui sejak dahulu mulai berubah mengikuti perkembangan teknologi tersebut. Kata “*video game*” sendiri kini tidak lagi terbatas hanya pada game-game berat/*hardcore* yang identik dengan orang-orang yang terdedikasi dalam memainkannya. Kini banyak “*video game*” yang bertema ringan/kasual yang dapat dimainkan semua orang dan juga memiliki berbagai manfaat, seperti mengisi waktu luang, bermain bersama teman, dan juga untuk sekedar iseng. Game-game ini banyak kita jumpai pada perangkat-perangkat *video game* portabel, seperti smartphone dan handheld console yang memang ditujukan bagi orang-orang yang sibuk dan senang berpergian. Game dalam kategori ini disebut juga sebagai “mobile games”.

Telah muncul beberapa perusahaan game lokal yang namanya mulai dikenal dalam masyarakat luas seperti Tinker Game, Agate Studio, Touch Ten Game, Toge Production, dll. Namun nyatanya orang-orang masih menganggap bahwa game-game hasil karya anak bangsa tersebut memiliki kualitas yang rendah, padahal

kenyataannya tidaklah sedikit hasil karya tersebut yang berkualitas, menjadi hit, bahkan dapat menembus pasar internasional.

Penyebab dari pandangan negatif orang-orang terhadap hasil karya anak bangsa ini dapat disebabkan oleh kurangnya penyampaian informasi atau promosi yang memadai untuk dapat meyakinkan masyarakat terhadap kualitas produk anak bangsa tersebut. Oleh karena itu, penulis selaku sebagai mahasiswa Desain dan Komunikasi Visual mengangkat tema ini sebagai tema tugas akhir dengan tujuan mempromosikan industri game Indonesia guna meningkatkan persepsi masyarakat terhadap karya-karya anak bangsa. Diharapkan juga dengan adanya promosi ini, masyarakat Indonesia dapat lebih mencintai produk-produk dalam negeri.

Untuk menarik minat target pasar yang dituju, penulis memakai cara promosi yang terkait dengan suatu acara *workshop/gathering* yang mengumpulkan developer-developer game lokal di dalamnya. Acara *workshop* ini juga terfokus hanya pada game-game kategori “*mobile games*” pada *smartphone* untuk meningkatkan daya tarik dan tingkat keunikannya dibandingkan dengan acara-acara sejenis.

1.2 Rumusan masalah

Permasalahan yang terdapat dalam topik ini adalah kurangnya minat penduduk Indonesia terhadap produk dalam negeri, dalam hal ini adalah industri game lokal Indonesia. Oleh karena itu, dapat dirumuskan beberapa permasalahan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara mempromosikan *video game-video game* lokal kepada target pasar yang dituju secara efektif?
- b. Bagaimana merancang promosi acara yang dapat menarik minat orang-orang terhadap game-game lokal?

1.3 Tujuan pembahasan

Dengan melihat permasalahan di atas, tujuan dari dibuatnya karya ini adalah sebagai berikut:

- a. Mempromosikan acara workshop *videogame* lokal yang terfokus pada mobile games
- b. Merancang promosi event *videogame* lokal yang terfokus pada mobile games dengan cara membaca target pasar yang dituju dengan cermat dan membuat rangkaian promosi yang tepat sasaran

1.4 Sumber dan teknik pengumpulan data

- a. Observasi/kunjungan ke perusahaan/studio game sebagai mandatori
- b. Studi pustaka buku-buku terkait pengetahuan tentang promosi acara
- c. Kuesioner untuk mengetahui minat konsumen yang dituju
- d. Wawancara

1.5 skema perancangan

