

LAPORAN KEMAJUAN
PENELITIAN DOSEN PEMULA



PERANCANGAN *MOBILE GAME* SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL
KULINER INDONESIA

TIM PENGUSUL :

Erneza Dewi Krishnasari, S.Ds., M.Ds. (Ketua) NIDN : 0324068801

Vidya Kharishma, S.T., M.Ds. (Anggota) NIDN : 0330048402

UNIVERSITAS TRILOGI

AGUSTUS 2016

HALAMAN PENGESAHAN

PENELITIAN DOSEN PEMULA

Judul : PERANCANGAN *MOBILE GAME* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DIGITAL KULINER TRADISIONAL
INDONESIA

Pelaksana

Nama Lengkap : ERNEZA DEWI KRISHNASARI S.Ds., M.Ds.
NIDN : 0324068801
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Nomor HP : 085691118584
Surel (e-mail) : ernezadewi@universitas-trilogi.ac.id

Anggota Peneliti (1)

Nama Lengkap : VIDYA KHARISMA S.T, M.Ds
NIDN : 0330048402
Perguruan Tinggi : Universitas Trilogi
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke-1 dari rencana 1 tahun
Biaya Tahun Berjalan :
Biaya Keseluruhan : Rp. 11.600.000,00

Mengetahui,
Ketua LPPM Universitas Trilogi

Jakarta, Agustus 2016
Ketua

Dr. M. Rizal Taufikurohman
NIK. 130506

Erneza Dewi Krishnasari, S.Ds., M.Ds
NIK 140804

Ringkasan

Kuliner tradisional merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia karena memiliki cita rasa yang kaya yang berasal dari rempah-rempah Indonesia. Kekayaan budaya ini tentu harus dipromosikan kepada negara-negara lain sebagai salah satu alternatif wisata di Indonesia.

Untuk mempromosikan kuliner Indonesia, diperlukan sebuah media yang dapat dengan mudah diakses oleh semua orang dari berbagai belahan dunia, salah satunya adalah melalui media digital yang dapat terhubung melalui internet. Saat ini *platform* yang paling banyak mengakses internet adalah berasal dari *mobile phone* karena selain untuk mengakses web, telepon genggam juga memiliki beberapa fitur menarik, diantaranya adalah fitur *entertainment*. Permainan sebagai salah satu fitur *entertainment* di telepon genggam, merupakan salah satu aplikasi yang paling sering diakses di *iTunes* maupun *Google Play*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dibuatlah sebuah penelitian untuk merancang baik *gameplay* maupun visualisasi dari sebuah permainan yang bertemakan Kuliner tradisional Indonesia yang bertujuan untuk mempromosikan kuliner tersebut kepada masyarakat yang lebih luas.

Metode yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan estetika untuk perancangan visualisasi permainan. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian adalah pengumpulan data, baik data tulisan maupun data lapangan untuk konten permainan berupa gambar, resep, dan cara memasak beberapa kuliner tradisional Indonesia yang telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai ikon kuliner.

Tahapan selanjutnya adalah menentukan *gameplay* dengan melihat dan menyesuaikan dari permainan-permainan yang telah ada sebelumnya, dilanjutkan dengan pembuatan aset *game* berdasarkan referensi gambar yang telah didapatkan dari studi lapangan.

Permainan bertema kuliner tradisional Indonesia tersebut diharapkan dapat menjadi media promosi yang baik kepada masyarakat yang lebih luas.

Kata kunci: *Game*, Kuliner

Prakata

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, Kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga kami dapat melaksanakan penelitian mengenai *mobile game* bertema kuliner sebagai promosi digital kuliner tradisional Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dari berbagai pihak sehingga laporan kemajuan dari penelitian ini telah kami susun dengan maksimal. Terlepas dari semua itu, Kami menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian kami. Oleh karena itu dengan tangan terbuka kami menerima segala saran dan kritik dan saran

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ilmiah yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat Indonesia.

BAB I

Pendahuluan

Kuliner tradisional Indonesia merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia yang memiliki ciri khas yaitu bumbu-bumbu beragam yang dihasilkan oleh rempah-rempah Indonesia. Hal ini menjadikan kuliner tradisional Indonesia berpotensi sebagai tujuan wisata. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Arief Yahya mengatakan bahwa Indonesia sedang menuju destinasi wisata kuliner terfavorit di dunia yang berdaya saing melalui upaya-upaya yang terus dilakukan termasuk promosi ke luar negeri. Kuliner tradisional juga berkontribusi menambah nilai bruto sebesar Rp208,6 triliun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 4,5 persen dari tahun 2012-2013. Oleh karena itu, promosi terhadap kuliner tradisional Indonesia sangat dibutuhkan. Ada beberapa jenis media yang dapat digunakan untuk mempromosikan sebuah produk atau acara. Media cetak seperti buku, majalah, dan koran; media elektronik seperti televisi dan radio; dan media-media baru, atau dikenal dengan media-media digital seperti internet, aplikasi, dan *game*. Beberapa media telah digunakan oleh Indonesia untuk mempromosikan kulinernya. Salah satunya yang sedang berkembang adalah penggunaan media baru seperti internet. Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan internet semakin maju. "*The Internet is at the heart of the digital age; it has facilitated the creation of a global network of computer networks, which create the infrastructure for all online activity* (Jobber, 2013:673)". Berdasarkan pendapat tersebut, maka promosi menggunakan teknologi internet merupakan salah satu promosi dalam media baru yang efektif. Pada perkembangannya, internet tidak hanya dapat diakses lewat *personal computer*, tetapi juga lewat telepon seluler.

Perangkat telepon seluler sudah sangat lengkap dengan berbagai fitur *entertainment*, salah satunya adalah *game*. Permainan dapat dengan mudah diakses melalui toko *online* milik *operating system* tertentu, misalnya *App Store*, *Google Play*, dan lain-lain. Menurut *statistika.com* (diakses 16 April 2015), aplikasi paling populer yang diunduh oleh pengguna pada tahun 2014 pada *platform* android adalah *game* 41%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa *game* adalah aplikasi dalam *smartphone* yang paling sering diakses. Oleh karena itu, aplikasi ini memiliki potensial besar sebagai media promosi. Namun Indonesia masih belum maksimal memanfaatkan potensi *mobile game* sebagai media promosi. Berdasarkan penelusuran di *iTunes* dan *Google Play*, permainan yang bertemakan kuliner tradisional Indonesia masih lebih sedikit dibanding dengan negara lain seperti Jepang dan Korea yang sudah banyak mempromosikan kuliner mereka lewat *mobile game*. Makanan tradisional Jepang juga telah banyak menjadi tema *game*, misalnya saja permainan membuat sushi atau permainan membuat ramen. Faktanya dalam *iTunes* maupun *Google Play*, yang bertemakan sushi telah lebih dari 100 *game*, sedangkan yang bertemakan kuliner Indonesia seperti gado-gado baru

dipakai dalam 1 *game*. Karena itu, penelitian ini mengambil topik *mobile game* untuk mempromosikan kuliner tradisional Indonesia.

Dalam perancangan *game* yang harus diperhatikan adalah tema kuliner tradisional Indonesia yang diangkat. Kekayaan kuliner tradisional Indonesia yang sangat banyak membuat penelitian ini harus membatasi tema kuliner yang diangkat. Dirjen Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Firmansyah Rahim pada Patali (Market) Day di The Dharmawangsa Hotel, 23 Februari 2013 mengatakan bahwa Indonesia memiliki ratusan jenis kuliner dan 30 diantaranya telah ditetapkan menjadi ikon kuliner tradisional Indonesia setelah diseleksi oleh 40 pakar kuliner. Maka penelitian ini mengambil 30 icon kuliner sebagai tema *game* yang akan dirancang.

BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1. Game

Game adalah sebuah permainan yang memiliki struktur yang dapat dimainkan baik untuk kesenangan maupun sebagai media pembelajaran. Seorang ahli sosiologi asal Prancis, Roger Caillois (1957), mendefinisikan *game* sebagai aktivitas manusia yang memiliki unsur sebagai berikut :

- a. *Fun*, yang dihasilkan dari permainan yang ringan dan desain karakter yang menarik.
- b. *Separate* yang dibatasi oleh waktu dan tempat yang berbeda dengan dunia nyata.
- c. *Uncertain* yang dilihat melalui aktivitas-aktivitas di dalamnya yang tak terduga.
- d. *Non-productive* yaitu membuat pemain menjadi tidak produktif dan tidak mengerjakan sesuatu yang lebih produktif
- e. *Governed by rules*. *Game* memiliki peraturan sendiri yang berbeda dengan peraturan sehari-hari.
- f. *Fictitious*, memiliki dunia dan realita yang berbeda dengan yang kita alami.

Seorang desainer *computer game*, Chris Crawford (2003), melengkapi unsur-unsur yang harus dimiliki oleh *game* yang dikemukakan oleh Caillois. Menurut Crawford, selain beberapa unsur di atas, *game* juga harus interaktif, *challenging*, memiliki *goal*, dan memiliki nilai jual.

2.2. Mobile Game

Mobile games adalah permainan yang didesain untuk peralatan *mobile* seperti *smartphones*, PC genggam, *personal digital assistants (PDA)*, *tablet PCs* dan *portable media players*. Dr. Claudio Scolastici menyebutkan macam-macam *operating system (OS)* untuk peralatan *mobile* adalah:

- a. Android. Android adalah *OS mobile open source* yang digunakan smartphone generasi terbaru. *Apps* dapat didownload di toko online bernama Google Play.
- b. iOS. iOS adalah *OS mobile* Apple yang digunakan dalam iPhone, iPhone Touch, dan AppleTW. iOS menggunakan the Cocoa Touch interface sebagai fungsi touch screen.
- c. Windows Phone. OS ini dikembangkan oleh Microsoft. *Game* dalam window phone dapat memungkinkan diport untuk *game* iOS ataupun Android.
- d. Java ME. Java ME adalah OS yang open source dan gratis dan dikembangkan oleh Sun Microsystems. OS ini merupakan irisan dari Java.
- e. Blackberry. Blackberry adalah OS yang dikembangkan oleh RIM untuk smartphones produksinya. OS ini ditargetkan untuk pasar perusahaan.

2.3. Visualisasi

2.3.1. Prinsip Visual

Suzanne Watzman (2009) menyebutkan bahwa prinsip-prinsip visual yang paling umum ialah *harmony, balance, and simplicity*.

- Harmoni adalah digunakan ketika kita menggabungkan suatu bentuk dengan bentuk lain atau bentuk yang sama. Bagaimana seorang desainer merancang bentuk-bentuk tersebut sehingga menjadi suatu kesatuan yang logis. Dalam desain *interface* sebuah harmoni terjadi bila semua element desain yang ada pada layar berjalan dan membuat satu kesatuan system.
- Balance* yaitu keseimbangan dalam visual. Keseimbangan harus dibuat secara berkesinambungan antara bagian yang satu dengan yang lainnya, karena setiap bagian desain memiliki elemen-elemen yang berbeda. Keseimbangan juga dibuat agar pengguna dapat merasa nyaman.
- Simplicity* dibuat dengan tujuan untuk kejelasan, ekonomis, namun tetap elegan. Hal ini ditujukan agar pengguna desain kita dapat langsung mengerti dan dapat menggunakan desain kita dengan baik. Hal ini bisa dilakukan dengan cara meminimalisasi dekorasi-dekorasi yang tidak diperlukan sehingga pengguna bisa mengakses dengan lebih nyaman.

2.3.2. Elemen Visual Mobile Game

Menurut Dr.Cloudio Scolastici, elemen visual 2D untuk mobile *game* yaitu:

- Sprites* yaitu representasi 2D dari obyek yang mempunyai peran dalam sebuah *game*. Contoh *sprites* adalah karakter utama, musuh, peralatan dan *items* pada *game*. Sprites biasanya dianimasikan sehingga terdapat *sequence frame* yang merepresentasikan posisi kunci dalam *game* ketika bergerak. Hasil akhirnya berupa gambar yang disebut *spritesheets* yang memuat semua animasi dalam karakter *game*.



Gambar 2.1. Sprites

Sumber: Game Development Stack Exchange, 2016

- Background* adalah blok konstruksi dalam *game* 2 dimensi yang selalu berada di belakang obyek *game*. *Background* penting karena merepresentasikan suasana dimana *game* itu berada

dan memberikan efek pada daya tarik visual sebuah *game*. *Background* dalam *Mobile game* bisa bersifat tetap atau *scrolling*.

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan dalam memberi efek kontinuitas dalam gambar *background* dan memberikan ilusi kedalaman pada pemain, yaitu:

- *Tile*, yaitu gambar yang dipotong dan dapat diletakkan berdekatan anantara satu dan yang lain sehingga pemain tidak menyadari akhir dari gambar pertama dan awal dari gambar kedua. Semua gambar yang diletakkan berdekatan tersebut akan membentuk komposisi yang lebih besar disebut *tileset*.
- *The parrallax motion*, yaitu teknik yang memuat beberapa gambar dalam *layer* yang terpisah dan membiarkan kode program *scroll layer* tersebut dalam kecepatan yang berbeda.
- *Masking* adalah teknik yang mengedit gambar sehingga mesin *game* memperlihatkan sebagian dari gambar tersebut secara transparan. Hal ini dilakukan dengan cara menaruh *sprite* dalam *background* besar dengan warna tertentu yang tidak digunakan dalam aset *game* lalu mengatur warna tersebut menjadi transparan. Hasilnya, mesin *game* akan memperlihatkan *sprite* dan menyembunyikan bagian transparan.



Gambar 2.2. *Tileset* pada *Game Zelda*

Sumber:

- c. *Interface* adalah visual informasi dalam *game* seperti menu, presentasi layar, dan informasi penting dalam *gameplay*.

2.3.3. Elemen Visual Interface Design

Menurut Saffer (2007), setiap desain memiliki komponen visual pada interface. Misalnya tombol, label, posisi dari benda-benda di layar dan beberapa objek yang lain. Elemen-elemen tersebut antara lain:

- a. *Layout*. Dalam *interface design* (dan juga desain tercetak) desain-desain yang dihasilkan adalah sebuah *layout*, yaitu tempat di mana dan bagaimana elemen-elemen desain lain ditempatkan. Sistem grid, harmoni dan komposisi juga termasuk ke dalam ranah *layout*.
- b. Tipografi yang efektif, yaitu bersifat komperhensif, dan jelas. Tipografi tersebut harus dapat dengan mudah dibaca dan ditangkap maknanya oleh pengguna. Tipografi yang baik adalah yang mempunyai unsur keterbacaan yang kuat. Banyak unsur yang mempengaruhi keteracaan tersebut, yaitu Ukuran, yang biasanya ditandai dengan besaran *point*, *letter pairing*, *word spacing*, dan huruf-huruf yang ada di sekitarnya
- c. Warna. Warna dalam desain mempunyai beberapa fungsi. Warna dapat digunakan untuk membuat suatu kepribadian. Dalam *interface design*, warna juga menjadi sebuah tanda. Misalnya tombol berwarna hijau pada telepon genggam akan langsung dikenali sebagai tanda untuk memulai pembicaraan, sedangkan tombol berwarna merah adalah untuk mengakhiri pembicaraan. Desainer juga harus memperhatikan kontras warna dengan latar belakang, agar pengguna dapat dengan mudah membaca tulisan yang ada pada *interface*.
- d. Sistem. Semua aplikasi dan perangkat yang membutuhkan interaksi pasti memiliki sebuah *lan*. Kontrol inilah yang akan dipakai oleh pengguna untuk menjalankan perangkat.
- e. Ikon. Banyak dari produk digital yang menggunakan ikon. Ikon adalah sebuah metafora visual yang menggambarkan sesuatu yang ada di dunia nyata. Pemilihan metafora ini sangat krusial karena menyangkut pengguna. Apakah pengguna dapat mengerti ikon yang dibuat oleh desainer, atau tidak. Menurut Watzman (2009) ikon dan bentuk objek lain yang ada pada *interface* merupakan sebuah *shorthand* yang dapat membantu pengguna untuk mengingat informasi yang diberikan. Maka, ikon yang baik adalah ikon yang mudah diingat dan dimengerti oleh pengguna.

2.4. Gameplay

Richard Rouse III, seorang director desain pada software Surreal mengatakan *gameplay* adalah komponen dalam *game* yang tidak dapat ditemukan di bentuk seni lain selain interaktiviti. *Gameplay* dalam *game* adalah derajat dan sifat interaktiviti dalam *game* termasuk bagaimana pemain dapat berinteraksi dengan dunia *game* dan bagaimana dunia *game* bereaksi terhadap pilihan yang dibuat oleh pemain.

2.4.1. Elemen Gameplay

Menurut Richard Rouse III ada 5 elemen *gameplay* yang harus diperhatikan yaitu solusi unik, non-linearitas, pemodelan realiti, pengajaran pemain dan input/output.

- a. Solusi unik. *Gameplay* yang menarik adalah *gameplay* yang menghasilkan solusi yang unik pada setiap strategi penyelesaian *game*. Solusi yang dimaksud adalah solusi yang mengajak pemain untuk mengembangkan kreatifitasnya sehingga menghasilkan solusi yang tidak pernah dipertimbangkan sebelumnya oleh desainer *gamenya* sendiri. Dua cara yang dapat dilakukan untuk menghasilkan solusi unik yaitu antisipatif dalam sistem yang kompleks dan "*emergence*".
- b. Non-linearitas. Non-linearitas dalam *gameplay* yaitu memberikan pilihan atau jalan yang berbeda kepada pemain untuk dapat menyelesaikan *game* dari point A ke point B atau dari awal ke akhir. Hal ini memberikan makna interaktiviti yang tinggi kepada pemain dan kesempatan untuk mengulang permainan. Beberapa komponen non-linearitas dalam *gameplay* yang dapat dihubungkan satu sama lain adalah narasi, solusi yang bervariasi, urutan permainan dan seleksi permainan.
- c. Pemodelan realitas. Perancangan desain *gameplay* harus mempertimbangkan keseimbangan dalam membuat sesuatu yang realitas dan abstraksi. Pertimbangan ini mengacu pada kebutuhan sebuah cerita dan seting dalam *game* dan kekuatan mesin *game* yang digunakan.
- d. Pengajaran pemain. *Gameplay* harus memperhatikan daya tangkap pemain dalam mencerna sistem dan mekanik *game* yang baru. Semakin cepat sebuah *gameplay* dipahami oleh pemain maka akan semakin sukses sebuah *game* untuk diminati pemain. *Gameplay* yang dibuat berdasarkan realitas akan memberi keuntungan kepada pemain untuk mencerna sistem dan mekanik *game* karena pemain sudah memiliki pengalaman sebelumnya dari kehidupan realitas.
- e. Input dan Output. Sistem input dan output adalah faktor utama dalam *game* yang menentukan pemahaman pemain akan sebuah *game* dan apakah pemain merasa intuitif untuk memainkan *game* tersebut. Perancangan desain sistem input/output dalam *game* yang baik harus membuat pemain dapat mengontrol dan mengerti *gameplay* dengan mudah.

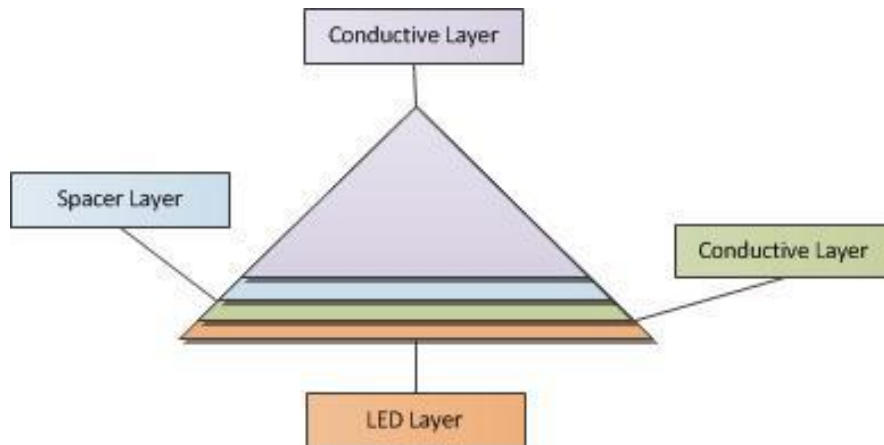
2.4.2. *Gameplay* dalam *Mobile Game*

Dr. Claudio Scolastici menekankan bahwa perancangan desain *gameplay* dalam *Mobile Game* sangat berkaitan erat dengan metode input dan teknologi yang terdapat pada perangkat *mobile* masa kini termasuk *keypads*, *touch screens*, dan *sensors* yang dapat meningkatkan pengalaman bermain. Beberapa elemen perangkat *mobile* yang harus diperhatikan dalam merancang *mobile game* yaitu:

- a. Teknologi input. Dua teknologi input pada mesin *mobile* yang paling umum adalah *keypad handphone* tradisional yang menampilkan tombol fisik dan layar sentuh dan sensor yang terdapat dalam *smartphones*. Masa kini, perkembangan *smartphones* yang menampilkan

layar sentuh dan sensors merepresentasikan teknologi terbaru dan menggantikan handphone tradisional.

- b. Layar sentuh. Teknologi ini menggunakan *interface* sentuh untuk memanipulasi data melalui rangkaian yang telah ditetapkan. Aksi sentuh ini dikerjakan oleh tangan pengguna pada layar. Perangkat *mobile* dapat memproses lebih dari satu sentuh pada saat bersamaan. Konstruksi dasar sebuah layar sentuh yaitu prosesor mendeteksi perubahan yang berada antara dua layer konduktif dan mengkalkulasi dimana kursor harus ditampilkan di layar LED.



Gambar 2.3. Konstruksi Dasar Layar Sentuh

Sumber:

- c. *Keypad*. Teknologi ini adalah teknologi paling umum yang dijumpai pada perangkat mobile jaman dulu walaupun beberapa *smartphone* menggunakan keypad dan layar sentuh seperti *Blackberry*. Ada tiga konfigurasi dalam keypad yaitu numerik, alfanumerik, dan arah.

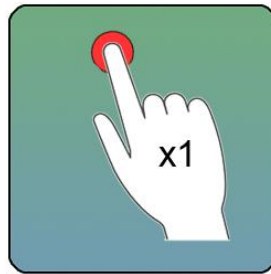


Gambar 2.4. Keypad pada Smartphone

Sumber: Zeendo.com, 8 Agustus 2016

d. Gestur layar sentuh. Layar sentuh smartphone memberikan variasi operasi yang dapat dilakukan oleh pengguna, baik operasi sentuh *single* ataupun *multiple*. Multiple sentuh mengacu pada input layar sentuh yang menggunakan satu atau dua jari bersamaan. Beberapa operasi berdasarkan sentuhan yang paling umum digunakan dalam perangkat merek Apple, Android, dan Windows Phone yaitu:

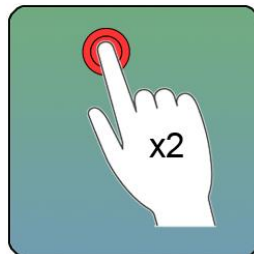
- *Single tap* yaitu menyentuh layar satu kali, biasa dilakukan ketika mengetik pesan atau memilih aplikasi.



Gambar 2.5. *Single Tap*

Sumber:

- *Double tap* yaitu menyentuh dua kali berturut – turut sebuah *user interface* pada layar



Gambar 2.6. *Double Tap*

Sumber:

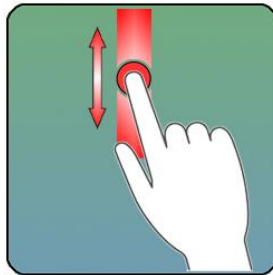
- *Multifinger Tap* yaitu menyentuh layar dengan beberapa jari
- *Long Press* yaitu menekan layar dengan satu jari dan menahannya. Gerakan ini biasanya digunakan untuk menyeleksi tulisan atau menggerakkan ikon dalam layar



Gambar 2.7. *Long Press*

Sumber:

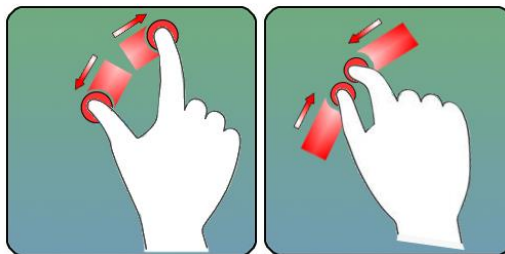
- *Scroll* yaitu menyentuh scroll dengan satu jari dan menggerakkannya ke atas dan ke bawah atau ke kanan dan kiri. Contoh operasi ini salah satunya digunakan untuk mencari list kontak pada perangkat *mobile*.



Gambar 2.8. *Scroll*

Gambar:

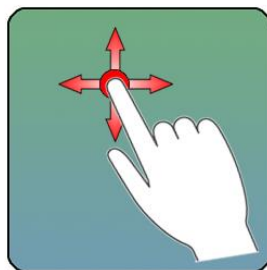
- *Spread* dan *pinch* yaitu menyentuh layar dengan jempol dan jari telunjuk dan menggerakan kedua jari menjauh satu sama lain atau kebalikannya. Biasanya *pinch* digunakan untuk *zoom in* layar dan *spread* digunakan untuk *zoom out* layar



Gambar 2.9. *Spread and Pinch*

Sumber:

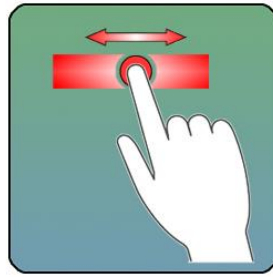
- *Pan* yaitu menyentuh layar dengan satu tangan dan menggerakkannya ke berbagai arah. Operasi ini biasa digunakan untuk memindahkan area yang ditampilkan layar ketika sebuah aplikasi menyediakan area interaktif yang lebih besar dibandingkan layar yang tersedia.



Gambar 2.10. *Pan*

Sumber:

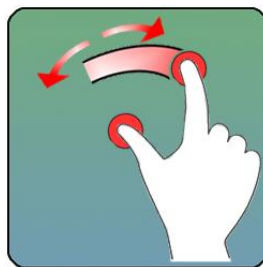
- *Flick* yaitu menyentuh layar dengan satu jari lalu menggerakkannya secara cepat ke atas, bawah, kanan, atau kiri



Gambar 2.11. *Flick*

Sumber:

- *Rotate* yaitu menyentuh layar dengan jempol dan telunjuk, lalu memutar telunjuk mengitari jempol



Gambar 2.12. *Rotate*

Sumber:

- e. Perangkat *built-in*. Smartphone modern memiliki sensor built-in yang bervariasi dan dapat diakses untuk *mobile game*. beberapa *feature built-in* pada *smartphone* adalah GPS, accelerometer, kamera, microphone, kontroler eksternal, *gamepad*, dan *headphone*.
- f. Perkembangan teknologi. Beberapa teknologi baru memiliki kemungkinan akan segera tersebar luas pada perangkat mobile. Salah satunya adalah *eye tracking* dan *brainwaves reader*.

2.5. Media Promosi Digital

Media digital adalah gabungan dari suara, video, dan gambar yang dapat dilihat dari *computer-based platform* yang dapat diakses dari dalam *local device* (seperti *hard drive*) maupun dari jarak jauh menggunakan internet. Ketiga konten dari media digital tersebut dapat dirangkum dalam sebuah animasi yang mensimulasikan kegiatan tertentu.

Promosi digital adalah segala macam bentuk promosi yang menggunakan internet sehingga dapat melayani permintaan yang lebih besar dan merangkul konsumen yang lebih banyak dengan berbagai macam cara yang kreatif dan inovatif. Sehingga media promosi digital dapat diartikan sebagai media promosi melalui internet dengan beberapa cara, diantaranya adalah audio, video, dan gambar,

Dalam strategi promosi digital terdapat rumus 4P yang dapat membantu untuk menyusun komponen yang membangun *brand*. Antara lain:

- a. *Product*. Produk dan jasa adalah sesuatu yang akan dijual. Digital media melalui internet dapat membantu penjualan tersebar lebih luas
- b. *Price*. Menentukan harga juga harus berhati-hati, karena konsumen dapat dengan mudah mencari barang yang sama dan membandingkan harga.
- c. *Placement (or Distribution)*. Distribusi barang atau jasa tidak lagi menjadi masalah ketika menggunakan internet. Konsumen dapat membeli barang darimanapun
- d. *Promotions*. Promosi melalui media digital haruslah promosi yang interaktif yang dapat membangun komunikasi antara konsumen dengan penjual.

BAB III

Tujuan dan Manfaat Penelitian

3.1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang *game* yang dapat dijadikan media promosi kuliner tradisional Indonesia, perancangan tersebut berupa:

- Membuat *gameplay mobile game* bertema kuliner Indonesia untuk mempromosikan kuliner Indonesia
- Membuat visualisasi visualisasi *mobile game* bertema kuliner Indonesia untuk mempromosikan kuliner Indonesia

3.2. Manfaat

Hasil penelitian berupa *prototype mobile game* bertema kuliner tradisional Indonesia diharapkan bermanfaat untuk mendukung program Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk mempromosikan kuliner tradisional Indonesia kepada masyarakat Indonesia dan internasional.

BAB IV

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan aplikasi ini adalah sebagai berikut :

4.1. Metode Pengumpulan Data

Sebelum memulai perancangan, terlebih dahulu dilakukan metode riset, baik dari sumber buku tentang *mobile game*, kuliner, dan media promosi digital, serta jurnal maupun karya tulis ilmiah. Selain dari buku, informasi juga didapat dari internet yakni melalui situs resmi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Selain dari sumber tertulis, dilakukan juga studi lapangan terhadap 30 ikon kuliner tradisional Indonesia, baik resep-resepnya maupun teknik memasaknya.

4.2. Analisis Data

Data-data yang telah didapat, baik melalui studi pustaka maupun studi lapangan, diolah dan ditarik kesimpulan sehingga menghasilkan rangkaian *gameplay* dan visualisasi yang akan menyertai permainan.

4.3. Metode Perancangan Konsep Desain

Pada metode perancangan konsep desain terbagi menjadi dua yaitu konsep visualisasi *game* dan konsep *gameplay game*.

Pada konsep visualisasi *game* maka akan digunakan proses perancangan berdasarkan pendekatan estetika sebuah visual berdasarkan prinsip desain, yaitu:

- a. *Balance*
- b. *Sequence*
- c. *Dominance*
- d. *Unity*

4.4. Pembuatan Aset Game

Konsep yang telah disimpulkan di metode perancangan konsep desain akan diaplikasikan menjadi aset-aset yang siap digunakan dalam prototipe *game* yang akan dibuat. Proses ini berlangsung dengan menggunakan peralatan penunjang yang telah dianggarkan dalam penelitian. Pembuatan aset-aset *game* meliputi:

- a. Pengerjaan aset visual pada perangkat lunak desain
- b. Pencarian dan pemilihan musik dan *soundefek* yang dibutuhkan dalam *game* dengan cara melisensi musik dan *Sound effect royalty free*.

4.5. Pemrograman Game

Setelah pembuatan aset-aset *game* selesai maka aset tersebut siap diaplikasikan dalam program *game* yang dibuat melalui program gratis yang tersedia dalam internet. Pada tahap ini akan dilakukan konsultasi pada programmer yang ahli di bidang pemrograman *game* yang dibutuhkan.

4.6. Beta-testing

Sebelum *game* siap ditampilkan, dilakukan *beta-testing* yaitu memberikan *game* kepada beberapa sukarela untuk dimainkan. Hal ini untuk melihat apakah terdapat *bugs*/kelainan pada *game* yang membuat *game* tidak dapat beroperasi sebagaimana mustinya.

BAB V

Hasil dan Luaran yang Dicapai

5.1. Perbandingan *Game* Sejenis

Dalam penelitian ini, dibandingkan beberapa permainan digital dengan tema kuliner, antara lain:

- Cooking Fever
Developer: Nordcurrent (London), Top Developer
10 Million downloads
Rating 4.4

- Warung Chain
Developer: Touchten (Indonesia), Top Developer
Jumlah download 500.000 downloads
Rating 4.3

- Cooking Mama
Developer: Office Create Corp. (Jepang), Top Developer
Jumlah download: 10.000.000+ downloads

- Ramen Chain
Developer: Touchten (Indonesia)
Top 1 Free App in Singapore, Indonesia, The Philippines
Top 3 Free App in Taiwan, Hongkong, Malaysia, Thailand
Average download: 1 juta download
Rating: 4.2

- Sushi House
Developer: Micube (China)
Jumlah Download: 1 Juta Download
Rating: 4.2

5.1.1. Studi Banding *Gameplay*

Judul Game	Simulasi	Game Leveling	Jual dan Beli	Kamera
------------	----------	---------------	---------------	--------

Cooking Fever	Simulasi permainan ditunjukkan dengan simulasi cara memasak dan penyajian makanan dengan cara sederhana.	Perpindahan level game ditunjukkan dengan bertambahnya variasi makanan yang disajikan. Jenis makanan yang disajikan berbeda setiap perpindahan lokasi permainan dalam map in-game.	Pemain dapat membeli barang-barang untuk meningkatkan keberhasilan bermain seperti upgrade alat memasak dan menambah produk interior restoran.	Kamera in-game dilihat dari sudut pandang orang pertama
Warung Chain	Simulasi permainan ditunjukkan dengan simulasi penyajian makanan yang sederhana.	Perpindahan level game ditunjukkan dengan bertambahnya variasi makanan yang disajikan dan perpindahannya lokasi warung dalam map kota in-game. Perpindahan chapter ditunjukkan dengan pindah kota dan berubahnya jenis makanan yang disajikan.	Tidak ada fitur jual beli in-game.	Kamera in-game dilihat dari sudut pandang orang pertama
Cooking's Mama	Simulasi permainan dilakukan dengan simulasi memasak yang detail namun penyajian makanan tidak ditampilkan. Simulasi memasak ditampilkan	Perpindahan level game ditunjukkan dengan bertambahnya jenis makanan yang disajikan.	Pemain dapat membeli resep baru dengan e-money (uang asli)	Kamera in-game dilihat dari sudut pandang orang pertama
Sushi House	Simulasi permainan ditunjukkan dengan simulasi penyajian makanan yang sederhana.	Perpindahan level game ditunjukkan dengan bertambahnya variasi <i>topping</i> yang disajikan dan banyaknya pengunjung yang datang ke restoran	Pemain dapat membeli barang-barang untuk meningkatkan keberhasilan bermain seperti membeli peralatan masak yang baru.	Kamera in-game dilihat dari sudut pandang orang pertama

Ramen Chain	Simulasi permainan ditunjukkan dengan simulasi penyajian makanan yang sederhana.	Bertambahnya level game ditunjukkan dengan: bertambahnya uang yang harus didapatkan oleh pemain bertambahnya jenis <i>topping</i> , minuman, dan <i>soup</i> . Bertambahnya jenis <i>customer</i>	Pemain dapat membeli <i>diamond</i> yang dapat digunakan untuk membeli bantuan dalam permainan.	Kamera in-game dilihat dari sudut pandang orang pertama

5.1.2. Studi Banding Visualisasi Game

Judul Game	Karakter	Game Background	Icon makanan
Cooking Fever	Style gambar karakter yaitu kartun 2D dengan penggunaan lineart/garis gambar dan warna-warna flat.	Style gambar background yaitu semi-realistik 2D dengan penggunaan warna-warna gradasi, tanpa lineart dan detail. Style gambar map in-game kartun dengan bentuk isometric dan menggunakan lineart/garis gambar dan warna-warna flat.	Style gambar icon makanan yaitu semi-realistik 2D dengan penggunaan warna-warna gradasi dan tanpa lineart dan detail.
Warung Chain	Style gambar karakter yaitu kartun 2D dengan penggunaan lineart/garis gambar dan warna-warna gradasi.	Style gambar background semi-realistik 2D dengan penggunaan warna-warna gradasi, tanpa lineart dan detail. Style gambar map in-game kartun dengan bentuk isometri yang digambar seakan dari lensa cembung, menggunakan lineart/garis gambar dan	Style gambar icon makanan yaitu semi-realistik 2D dengan penggunaan warna-warna gradasi, tanpa lineart dan detail.

		warna-warna flat.	
Cooking's Mama	Style gambar karakter yaitu kartun 3D dengan warna-warna gradasi.		
Ramen Chain	Gambar karakter kartun 2D dengan warna-warna gradasi, menggunakan outline	gambar background 2D dengan gaya semi realis, tanpa lineart, tidak terlalu detail. Style gambar map in-game kartun dan tidak menggunakan outline, dengan warna gradasi.	Style gambar icon makanan yaitu semi-realistik 2D dengan penggunaan warna-warna gradasi, tanpa lineart dan detail.
Sushi House	Style gambar karakter yaitu kartun 2D dengan penggunaan lineart/garis gambar dan warna-warna flat.	gambar background 2D dengan gaya semi kartun tanpa outline dengan warna-warna flat Style gambar map in-game kartun dan tidak menggunakan outline, dengan warna flat	Style gambar icon makanan yaitu semi-realistik 2D dengan penggunaan warna-warna gradasi, tanpa lineart dan detail.

5.1.3. Studi Banding *User Interface Game*

Judul Game	Konsep	Bentuk windows	Font
Cooking Fever	Tradisional, informal, <i>playful</i> , dan	Bentuk windows in-game digambarkan dengan bentuk jendela tradisional Indonesia. Bentuk icon menu	Font menggunakan jenis font yang playful yaitu??.
Warung Chain			
Cooking's Mama			
Ramen Chain			Sans Serif
Sushi House			Sans Serif

5.2. Analisa Konsep

5.2.1. *Gamelpay*

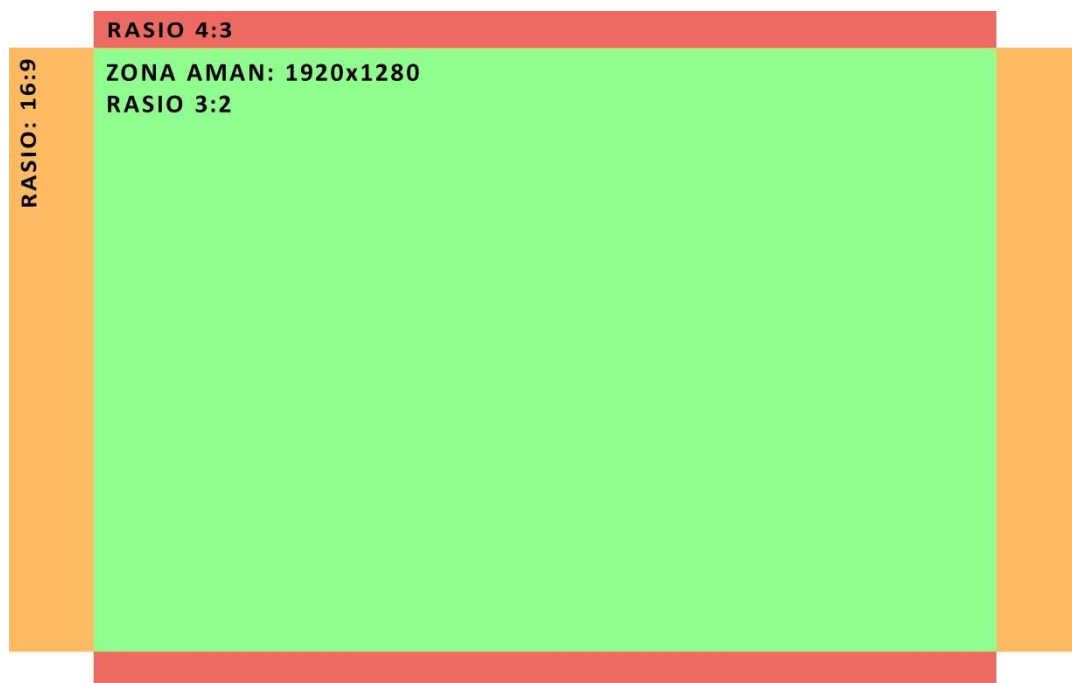
- Rules dan batasan
- User Interface

Pembuatan *user interface* harus disesuaikan dengan banyaknya ukuran layar. Untuk *android*, ada beberapa ukuran layar yang sering digunakan, antara lain:

Rasio	Resolusi	Contoh Device
4:3	320 x 240	Android
3:2	480 x 320	Android
16:10	800 x 480	Android
	1280 x 800	Android Tablet (Google Nexus 7, Samsung Galaxy Tab 10.1)
17:10	1024 x 600	Android Tablet (Samsung Galaxy Tab 7)
16:9	854 x 480	Android

Sumber: Engine Vplay, diakses 30 Agustus 2016

Jika beberapa jenis resolusi *android device* tersebut digambarkan secara bersamaan, maka akan mendapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar: Beberapa jenis resolusi *Android Device*

Agar tidak terjadi perbedaan gambar latar belakang di *device*, maka dibuatlah tambahan agar gambar dapat masuk ke semua jenis resolusi *device*. Tambahan ini di luar dari ukuran *device*, sehingga hanya dapat terlihat sesuai dengan resolusi *device*

yang digunakan. Ukuran yang direkomendasikan untuk sebuah gambar latar belakang antara lain:

Tipe Gambar	Standar Resolusi	Ukuran Latar Belakang
Standard Definition	480 x 320	570 x 360
High Definition	960 x 640	1140 x 720
High Definition 2	1920 x 1280	2280 x 1440

Sumber: Engine Vplay, diakses 30 Agustus 2016

Zona aman berwarna hijau yang terdapat pada gambar adalah zona penempatan *user interface* agar dapat terlihat di semua jenis resolusi *android devices*.

Pemilihan ukuran background dan zona aman user interface

Jelaskan berbagai ukuran android

<http://v-play.net/doc/vplay-different-screen-sizes/>

<http://gamedevelopment.tutsplus.com/articles/quick-tip-what-is-the-best-screen-resolution-for-your-game--gamedev-14723>

ngomongin storyboard

- Goals
Tujuan dari
- Dunia Game

5.2.2. Visualisasi

- Karakter

Berdasarkan perbandingan dengan permainan digital sejenis, gaya visualisasi karakter yang terdapat pada permainan tersebut adalah semi-realis dengan menggunakan *outline* dan warna-warna-warna solid.

Karakter yang terdapat pada permainan ini merupakan orang-orang yang sering ditemui berkunjung di sebuah restoran, misalnya mahasiswa, pelajar, ibu rumah tangga, karyawan, dan lain-lain



- Aset makanan
- Background

BAB VI

Rencana dan Tahapan Selanjutnya

Tahapan selanjutnya dari penelitian ini adalah melanjutkan pembuatan aset *game* dan pelaksanaan pemrograman *game*. Setelah tahapan tersebut dilakukan, dapat dilanjutkan dengan *beta-testing game*, yaitu memberikan *game* kepada beberapa sukarela un untuk melihat apakah terdapat *bugs*/kelainanan yang membuat *game* tidak dapat beroperasi sebagaimana mestinya.

Berikut adalah tabel perencanaan tahap selanjutnya dari penelitian ini:

No	Jenis Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pelaksanaan persiapan penelitian												
2	Pengadaan alat dan bahan penelitian												
3	Pelaksanaan studi pustaka												
4	Pengambilan data di lapangan												
5	Analisis data												
6	Perancangan konsep desain <i>game</i>												
7	Pembuatan aset-aset <i>game</i>												
8	Pelaksanaan pemograman <i>game</i> dan konsultasi pemograman												
9	Beta testing <i>game</i>												
10	Penyusunan laporan penelitian												
11	Penyerahan laporan penelitian												
12	Publikasi hasil penelitian												

Daftar Pustaka

BUKU

- Crawford, Chris. 2003. *Chris Crawford on Game Design*. USA: New Riders Publishing
- _____. 2005. *Chris Crawford on Interactive Storytelling*. USA: New Riders Publishing
- Gregersen, Andreas dan Torban Grodal. 2009. "Embodiment and Interface". *The Video Game Theory Reader* vol 2, 65-83
- Jobber, David and Fiona Elis Chadwick. 2012. *Principles and Practice of Marketing 7th Revised Edition*. USA: McGraw Hill Higher Education
- Koster, Ralph. 2005. *A Theory of Fun for Game Design*. Paraglyph Press Scottsdale
- Rouse, Richard. 2005. *Game Design Theory and Practice: second edition*. USA: Wordware Publishing.
- Saffer, Daniel. 2007. *Designing for Interaction*. USA: New Riders.
- Scolastici, Claudio. 2013. *Mobile Game Design Essential*. Birmingham: Packt Publishing.
- Stokes, Rob. 2014. *eMarketing: The Essential Guide to Marketing in A Digital World 5th Edition*. Quirk eMarketing Ltd.
- Tidwell, Jenifer. 2006. *Designing Interface*. USA : Oreily Media, Inc.

JURNAL

- Izzani, Faikar, Agung Eko Budiwaspada, dan Dudi Wiyancoko. 2013. "Perancangan Game untuk Menumbuhkan Kebanggaan Terhadap Indonesia Bagi Generasi Muda Indonesia". *Jurnal Wimba* Vol.5(2), 73-91
- Myers, David. 2009. "The Video Games Aesthetic : Play As Form". *The Video Game Theory Reader* 2 vol.2, 45-63
- Watzman, Suzanne. 2009. "Visual Design Principles for Usable Interfaces". *The Human-Computer Interaction Handbook*, 263-285

WEBSITE

- <http://www.statista.com/statistics/279286/distribution-of-worldwide-google-play-app-downloads-by-category/> (Diakses 16 April 2015)
- <http://gamedev.stackexchange.com/questions/69895/what-is-the-difference-between-a-sprite-sheet-and-a-texture-atlas> 8 Agustus 2016
- <http://zeendo.com/info/mobile-touch-screen-problem/> 8 Agustus 2016

