

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi Industri 4.0 menyebabkan bidang teknologi berkembang dengan pesat. Perkembangan tersebut memengaruhi salah satu bidang teknologi, yaitu *game*, yang membuatnya menjadi mudah diakses di masa sekarang. Seiring berkembangnya jaman, sekarang permainan dapat dimainkan secara daring. Permainan daring ini biasa disebut sebagai *online game*. Permainan ini biasanya memiliki bentuk seperti *video game*. *Video game* sudah ada sejak tahun 1958 dengan *game* yang berjudul *Tennis For Two* (Higinbotham & Dvorak, 1958). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *game* atau permainan merupakan hal bermain; perbuatan bermain. Pada jaman sekarang, *video game* merupakan salah satu permainan yang dapat dimainkan oleh semua kalangan. Permainan ini biasanya dimainkan menggunakan alat digital seperti *smartphone*, laptop, komputer, dan alat sejenis lainnya.

Pada Gambar 1.1 terlihat tampilan *Game* Genshin Impact ketika dimainkan di komputer. Genshin Impact merupakan sebuah *action game* RPG (*Role-Playing Game*) yang dapat dimainkan menggunakan *smartphone*, komputer, dan *game console*. *Role Playing Game* adalah sebuah *game* dimana pemain memainkan peran sebuah karakter lalu memandu karakter tersebut untuk berpetualang. Pemain mengambil keputusan, berinteraksi dengan karakter dan pemain lain, dan pemain ‘berpura-pura’ menjadi karakter yang dimainkannya selama bermain *game* tersebut (Mackay, 2001). *Game* Genshin Impact diciptakan oleh sebuah perusahaan yang berasal dari Negara Republik Rakyat Cina bernama Hoyoverse (dulu bernama Mihoyo) pada tahun 2020. Sejak rilis, sudah ada lebih dari 50 juta orang mengunduh *game* ini pada layanan distribusi digital seperti Google Play.



Gambar 1.1 Tampilan *Game* Genshin Impact
Sumber: dokumentasi pribadi

Video *game* yang mendunia ini menyediakan berbagai macam *merchandise* atau barang dagangan untuk dibeli oleh penggemar. Menurut KBBI, kata dagangan memiliki arti barang-barang yang diperjualbelikan (diperdagangkan). Beberapa jenis *merchandise* yang dijual yaitu seperti tas, gantungan kunci, pin, dan kaos. Selain menjual *merchandise* resmi, perusahaan Hoyoverse juga membuat syarat dan ketentuan mengenai *merchandising* yang dipaparkan pada salah satu artikel di HoYoLab, sebuah situs forum untuk semua permainan dari Hoyoverse salah satunya Genshin Impact. Ketentuan ini di *post* oleh akun resmi Genshin Impact. Perusahaan ini menyatakan bahwa orang-orang boleh memperjualbelikan *merchandise* buatan sendiri dengan syarat desain harus dibuat sendiri dan tidak boleh ada komponen yang diambil dari gambar resmi sedikit pun. Pernyataan ini dibuat untuk mendukung para penggemar *game* ini untuk berkarya.

Emotional design adalah sebuah pendekatan yang dicanangkan oleh ahli Donald Norman. Menurut Norman, pendekatan ini memiliki tiga aspek, yaitu *visceral*, *behavioral*, dan *reflective*. *Visceral* merupakan aspek yang dilihat dari penampilan atau estetika produk tersebut. Aspek *behavioral* dapat dilihat dari kepuasan dan kenyamanan pengguna produk. Aspek *reflective* dilihat dari cerita dibalik produk tersebut. Ketiga aspek ini saling terhubung, berkaitan erat dengan sisi emosional manusia, dan selalu ada dalam sebuah desain ataupun produk.

1.2 Pendekatan Metodologi

Metode pendekatan yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan *emotional design*. *Emotional design* terbagi menjadi tiga aspek, yaitu *visceral*, *behavioral*, dan *reflective*. *Visceral* merupakan aspek yang dilihat dari penampilan atau estetika produk tersebut. Aspek *behavioral* dapat dilihat dari kepuasan pemilik produk saat sedang menggunakan produk. Aspek *reflective* dilihat dari cerita atau filosofi dibalik produk tersebut. Pengumpulan data di penelitian ini akan didapatkan melalui kuesioner, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD).

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan beberapa masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu:

1. Perlunya meninjau karakteristik desain dan jenis *merchandise* Genshin Impact yang disukai oleh masyarakat.
2. Perlunya informasi mengenai *merchandise* Genshin Impact yang diukur menggunakan parameter pendekatan *emotional design*.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan dengan membuat desain *merchandise* yang terinspirasi dari Genshin Impact, lalu direalisasikan menjadi suatu produk jadi untuk ditinjau menggunakan pendekatan *emotional design*. *Merchandise* ini akan digunakan sebagai bahan penelitian menggunakan kuesioner yang akan disebar ke pecinta *game* untuk mengetahui desain dan jenis *merchandise* yang paling memikat ketertarikan pecinta *Game* Genshin Impact.

1.5 Tujuan dan Sasaran Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis desain *merchandise* Genshin Impact menggunakan pendekatan *emotional design*. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui karakteristik desain *merchandise* Genshin Impact yang disukai oleh pecinta *game* ini. Diharapkan penelitian ini dapat membantu pembaca untuk

membuat *merchandise* yang disukai oleh masyarakat. Tugas ini dibuat dalam rangka menyelesaikan tugas akhir program studi Desain Produk.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang (1) analisis desain *merchandise* Genshin Impact menggunakan pendekatan *emotional design* dan (2) karakteristik desain *merchandise* Genshin Impact yang disukai oleh masyarakat.

Informasi (1) berguna untuk memperkenalkan pendekatan *emotional design* kepada masyarakat umum dalam analisis suatu produk. Informasi (1) juga dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk analisis produk sejenis menggunakan pendekatan *emotional design*.

Informasi (1) dan (2) dapat digunakan oleh orang-orang yang menjual *merchandise* produk Genshin Impact sebagai bahan pertimbangan dalam perancangan dan pengembangan produk mereka.

1.7 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang, pendekatan metodologi, indentifikasi masalah, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan dan sasaran penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, dan kerangka kerja penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian pustaka mengenai literatur dan referensi yang menjadi dasar dan berkaitan dengan penelitian yang akan bermanfaat dalam proses penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian, penentuan sumber data dan lokasi penelitian, serta prosedur penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini membahas data yang diperoleh melalui prosedur pengumpulan data sebagaimana telah dibahas pada BAB III. Data-data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis.

BAB V PROSES DESAIN

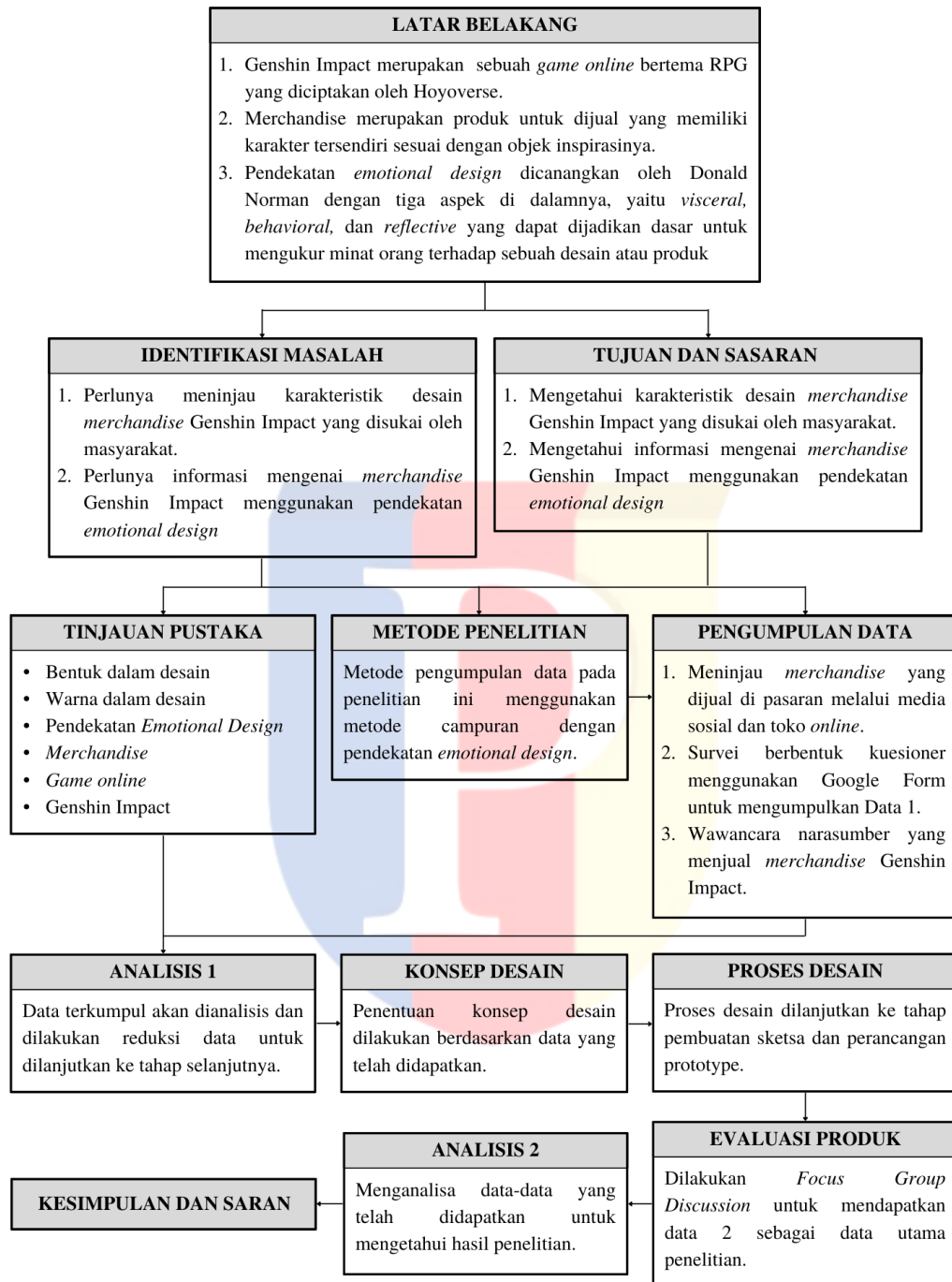
Bab ini berisi proses desain dari rumusan konsep sampai prototipe akhir produk dengan menggunakan data dari BAB IV sebagai pedoman pembuatan desain.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil dari penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.



1.8 Kerangka Kerja Penelitian



Gambar 1.2 Kerangka kerja penelitian

Sumber: dokumentasi pribadi