



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM I GOT GAMES INDONESIA

2.1 Profil Perusahaan

I Got Games merupakan perusahaan multinational yang berfokus kepada penelitian dan pengembangan *video game online* dan *offline* yang berpusat di Fuzhou, China. Berdiri pada tanggal 6 Juni 2006, I Got Games sudah memiliki cabang di berbagai wilayah dan negara besar lainnya seperti Amerika, Filipina, Thailand, Hongkong, Singapore, dan Indonesia. Untuk di bagian Asia Tenggara sendiri kantor pusat pengendalian perusahaan terdapat di Singapore. Pada tahun 2016, I Got Games secara bertahap resmi melebarkan induk perusahaan mereka di Indonesia tepatnya di Jakarta. I Got Games sendiri sampai saat ini telah menciptakan total lebih dari 20 *game mobile* maupun *pc. Game* terlaris mereka dan dikenal oleh masyarakat hingga saat ini yaitu *Lords Mobile* yang telah memiliki kurang lebih 200.000.000 user active dalam *game* tersebut.

Lords Mobile merupakan sebuah *game mobile* dengan genre *Strategy* dan *RPG (Role Playing Game)*. Menurut riset yang dilakukan perusahaan analisis App Annie, *Game Lords Mobile* adalah aplikasi *game* yang beraliran *strategy* terlaris di App Store (iOS) dan Playstore (android). *Game play*-nya sendiri terdiri dari berbagai macam model permainan, yang paling menonjol di antaranya adalah pertempuran PVT. Permainan ini juga membutuhkan pemikiran taktis dan strategis yang dikembangkan, pemain tidak hanya tahu pahlawan mana yang harus berperang, peralatan apa yang harus dipakai, tetapi juga dapat membuat keputusan yang tepat dan cepat di dalam situasi yang dialami.

Pada tahun 2016 *game Lords Mobile* memenangkan penghargaan dari *Google Play Awards* dalam kategori “Best Competitive Games”. Pencapaian tersebut tidak terlepas dari perbaikan dan pengembangan *game* tiap tahunnya yang menjadikan *game Lords Mobile* tak hanya menghibur namun mengajak berpikir dan merancang strategi para pemain untuk di realisasikan dalam *game*.

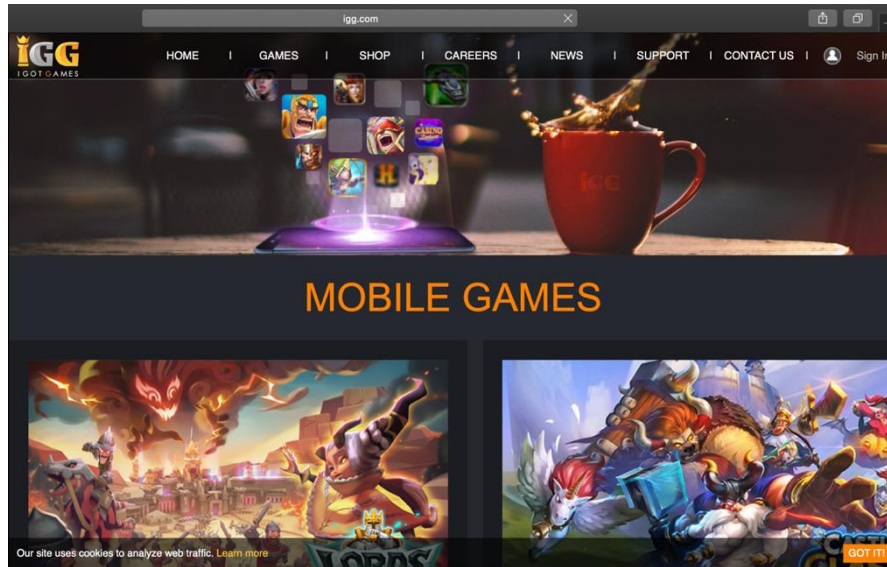
Untuk membantu menjaga dan meningkatkan jumlah pengguna aktif dalam *game* tersebut, I Got Games melakukan promosi besar-besaran di berbagai belahan dunia, khususnya di Asia Selatan dan Asia Tenggara. Berbagai cara pemasaran dilakukan dengan bekerja sama dengan retail supermarket dan mengundang serta melakukan *endorsement* dengan para influencer *game* terkenal di youtube seperti: Caster Wars, Thailand; Komedian Jepang Daisuke Miyagawa; serta yang paling menonjol adalah penyanyi asal Taiwan Jolin Tsai.

Dirilis dari situs resmi I Got Games pada 30 Juni 2019 (Gambar 2.1), *game Lords Mobile* adalah salah satu dari lima *game* terlaris di 54 negara dan wilayah serta di jajaran 10 besar *game* di 81 negara dan wilayah di GooglePlay. Adapun sekarang I Got Games sedang merancang *game* dari berbagai genre termasuk *game* simulasi yang secara berkala membuat debut mereka di dalam *game* tersebut.

Oleh karena itu, I Got Games pada tanggal 8 oktober 2018 meresmikan kantor resminya yang telah dibangun berkala tersebut di Indonesia sejak 2016. Kehadiran kantor di Indonesia ini tidaklah lepas dari komitmen I Got Games pusat untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pengguna aktif *game* dari I Got Games ini. I Got Games Indonesia Digital, yaitu nama yang digunakan untuk mengatur dan mengawasi di Indonesia. Walaupun sedikit ada tambahan nama namun dalam sistem kerja dan visi misi perusahaan semua mengacu pada

perusahaan induk/terpusat. Terdapat beberapa divisi kantor dan usaha, seperti HRD, Operational, serta Business Development dan Marketing.

Gambar 2.1 Website I Got Games Indonesia



Sumber: Website resmi IGG (I Got Games), 2019

Menurut Agni (wawancara 29 November 2019), Visi dan Misi I Got Games yaitu:

a. Visi

Menjadikan IGG sebagai perusahaan developer *game* di dunia yang mampu berkembang dan menginspirasi perusahaan *game* lainnya serta menjadi promotor untuk pusat pelatihan *game* untuk para artis *game* di seluruh dunia.

b. Misi

Fokus mengembangkan kualitas serta inovasi pada permainan terbaru yang akan dibuat untuk semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa serta mengimplementasikan bakat “inter-G” program dan inkubasi “G Star” program.

Perusahaan ini selain membuat *game*, kegiatan lain yang harus dilakukan adalah mengembangkan sistem *game* dan memasarkan *game* tersebut. Salah satu *game* terkenal yang dibuat oleh I Got Games adalah *game online* bernama *Lords Mobile*. *Lords Mobile* ini tentu memiliki komunitas pengguna aktif yang terbentuk dan berisikan *user-user game* aktif.

Untuk terus terhubung dan terjalin terhadap para pengguna aktif *game* tersebut *I Got Games* mengutamakan selalu membuat sebuah interaksi melalui event *virtual* di media sosial khusus *Lords Mobile*, biasanya dilakukan sebulan sekali di samping dilakukan di hari-hari besar. Berikut media sosial yang dipergunakan *I Got Games* dalam berinteraksi langsung dengan para pengguna aktifnya, yaitu:

- *Facebook*

I Got Games memiliki akun *fanpage facebook* bernama *LordsMobileID* yang telah terverifikasi (bercintang biru) oleh *facebook*. Disukai oleh 2,8 juta pengguna *facebook*, *fanpage* tersebut dikelola oleh *team Operation IGG* untuk membagikan informasi serta *event virtual* terkait *game Lords Mobile*. Seperti terdapat pada Gambar 2.2 di halaman 12 yang menjelaskan banyaknya pengikut dari *fanpage facebook Lords Mobile*

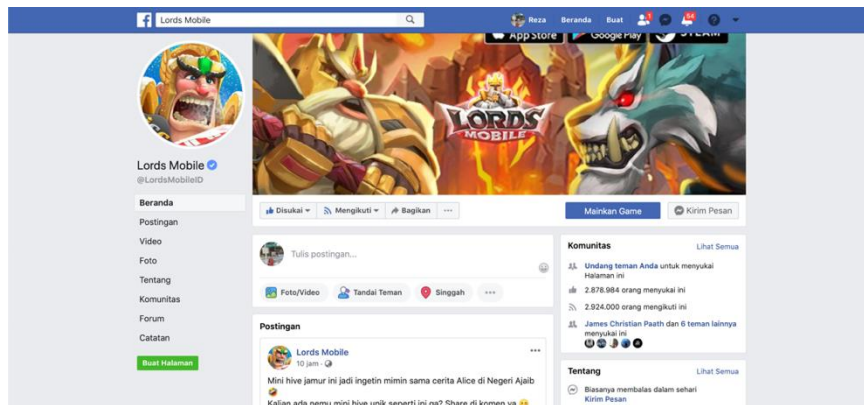
- *Instagram*

Sama halnya dengan *Fanpage Facebook, Lords Mobile* juga hanya memiliki satu akun *Instagram* resmi bernama *@lordsmobileidn* dengan pengikut sekitar 143.000.000. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang sangat membantu mengenalkan fitur-fitur terbaru di dalam *game Lords Mobile* kepada para pengguna aktifnya, hal ini seperti terdapat pada Gambar 2.3.

- *Youtube*

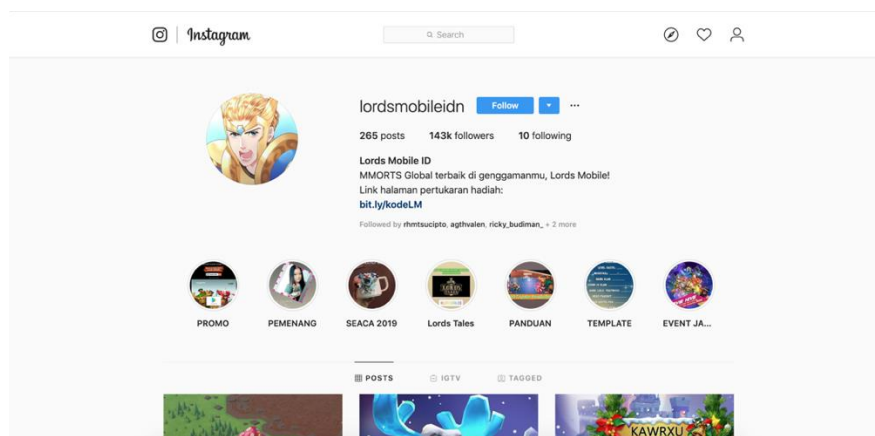
Melalui akun youtube bernama *Lords Mobile*, I Got Games dapat dengan mudah berbagi informasi mengenai tata cara bermain yang baik dan benar serta berbagi informasi *ter-update* mengenai fitur dan karakter terbaru dengan durasi yang lebih panjang dibanding media sosial lain yang digunakan kepada pengguna aktifnya.

Gambar 2.2 Fanpage Facebook Lords Mobile



Sumber: Official Facebook Lords Mobile, 2019

Gambar 2.3 Instagram Lords Mobile



Sumber: Official Instagram Lords Mobile, 2019

2.2 Logo Perusahaan

Berdasarkan wawancara dengan Operational Manager, Agni Olimpia mengatakan bahwa logo memiliki filosofi yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan, pertama dari segi warna mengapa dominan kuning terang karena menurut para petinggi I Got Games percaya bahwa kuning merupakan warna ceria yang dapat membawa keceriaan kepada para pengguna *game* dari I Got Games sendiri. kemudian mahkota di atas huruf “I” menandakan kebanyakan *game* yang telah dibuat oleh I Got Games bertemakan cerita kerajaan yang memiliki “Lords” atau “Raja” di dalamnya seperti contoh kecilnya *game Lords Mobile* dan *Castle Clash*.

Gambar 2.4 Logo I Got Games



Sumber: Website IGG, 2019

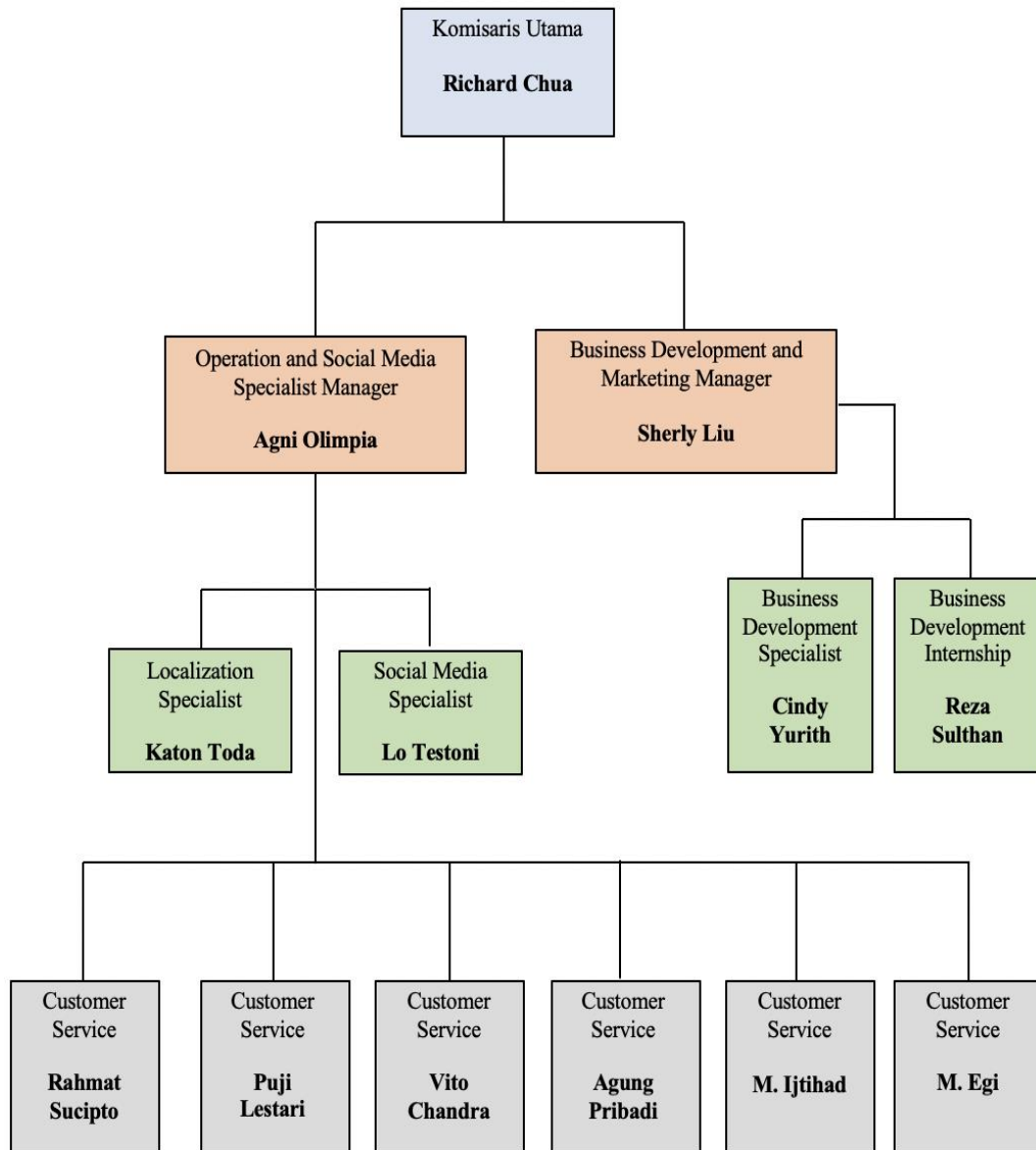
2.3 Ruang Lingkup Divisi Terkait

2.3.1 Struktur Organisasi Perusahaan

I Got Games Indonesia disupervisi oleh Komisaris Utama yaitu Richard Chua, namun beliau lebih sering berada di kantor pusat I Got Games untuk Asia di Singapore. Selanjutnya di I Got Games Indonesia, susunan organisasi dibagi menjadi dua bidang yaitu *Operation Specialist* dan *Business Development/Marketing*. Susunan bagan I Got Games Indonesia dapat dilihat pada Bagan 2.1.

Tabel 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Hasil wawancara dengan Agni Olimpia, Operation Manager



Sumber: Dibuat oleh penulis, 2019

2.3.2 Deskripsi Pekerjaan

Berdasarkan bagan diatas, berikut merupakan *job descriptions* bagi masing-masing divisi:

- a. Komisararis Utama
 - a.) Mengawasi jalannya program perusahaan yang telah berjalan.
 - b.) Mengatur dan monitoring kerja para pegawai.
 - c.) Bertanggung jawab atas kerja para pegawai di setiap divisi.
 - d.) Bertanggung jawab atas segala macam konten yang telah dimuat di segala sosial media.
 - e.) Menyampaikan fitur terbaru dan kebijakan baru dari pusat.
 - f.) Membuat program kerja setiap tahunnya.
- b. Operation and Social Media Specialist Manager
 - a.) Mengawasi konten yang dibuat dan akan dimuat di media sosial.
 - b.) Editor sekaligus menyetujui konten yang akan di post di social media.
 - c.) Mengawasi *traffic* dan *engagement* media sosial terhadap awareness masyarakat.
 - d.) Membantu membuat konten media sosial.
 - e.) Menentukan tema konten.
 - f.) Bertanggung jawab atas semua aktivitas yang berkaitan dengan pengguna aktif.
 - g.) Bertanggung jawab atas semua konten yang telah dimuat di media sosial.

- c. Business Development and Marketing Manager
 - a.) Membuat rencana promosi dan marketing serta konsep *event* yang akan dibuat.
 - b.) Membuat target yang ingin dicapai setiap bulannya.
 - c.) Membuat rencana event setiap minggunya baik event virtual maupun event aktual.
 - d.) Bertemu orang untuk membuat kerjasama terkait kepentingan perusahaan.
 - e.) Bertanggung jawab atas semua aktivitas *event, promotioni, maupun marketing*.
 - f.) Evaluasi penjualan setiap bulannya.
 - g.) Membuat laporan kepada Komisaris Utama terkait rencana dan aktivitas promosi dan marketing.
- d. Localization Specialist
 - a.) Desain konten untuk setiap media sosial.
 - b.) Menejermahkan fitur *game* ke dalam Bahasa Indonesia.
 - c.) Menciptakan ide tema baru untuk penyegaran konten.
 - d.) Membuat konten foto atau video untuk dimuat di sosial media.
 - e.) Membuat laporan kerja bulanan untuk dilaporkan kepada *Operation dan Social Media Manager*.
- e. Social Media Specialist
 - a.) Menciptakan *engagement* terhadap pengguna aktif *game*.
 - b.) Bertanggung jawab atas segala post konten media sosial.

- c.) Membuat pengembangan konten berdasarkan permintaan pengguna aktif.
 - d.) Mencari referensi dan ide baru untuk konsep baru serta didiskusikan terlebih dahulu dengan localization specialist.
- f. Business Development Specialist
- a.) Mencari ide terkait konsep event dan promosi yang akan dilakukan
 - b.) Mencari perusahaan yang ingin bekerjasama dalam membuat sebuah event dengan kata lain sponsor.
 - c.) Membuat budgeting untuk pelaksanaan event dan rencana promosi dengan persetujuan kepada Business Development Manager.
 - d.) Membuat laporan kerja terkait pelaksanaan *event*, *promotion*, dan *marketing (Event Virtual atau Event Aktual)*.
 - e.) Menghadiri acara rekan kerja perusahaan.
- b. Customer Service
- a.) Bertanggung jawab atas semua keluhan dan saran dari pengguna aktif dan memberi informasi yang sejelas-jelasnya terhadap pengguna aktif.
 - b.) Monitoring terhadap sistem fitur yang sedang bermasalah dan dialami oleh pengguna aktif.
 - c.) Berinteraksi langsung dengan pengguna aktif melalui fitur live chat.
 - d.) Membuat pertanggung jawaban atas solusi yang telah dilakukan.
 - e.) Membuat laporan terkait keluhan dari pengguna aktif.