



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 III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis merupakan pendekatan metode gabungan, yaitu menggunakan metode kuantitatif dan metode kualitatif. Metode kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan (Hidayat, 2012). Sedangkan metode kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh tingkat kesadaran masyarakat terhadap potensi gaming sebagai profesi di era 4.0 ini. Kemudian penulis menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan insight langsung dari narasumber yang memang sudah profesional dalam bidang gaming. Insight berupa pandangannya sendiri mengenai perkembangan industry saat ini dan pendapatnya mengenai stigma yang ada di masyarakat mengenai gaming. Teknik kuantitatif dilakukan dengan cara kuisioner. Sedangkan, data kualitatif diperoleh melalui wawancara. Penulis juga akan melakukan studi existing dari digital kampanye yang sudah pernah dilakukan.

3.1.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan 2 narasumber. Narasumber pertama merupakan seorang Co-founder dari Agate International, Erga Ghaniya. Wawancara dilakukan pada tanggal 06 September 2021 secara *online* melalui media WhatsApp Chat dikarenakan jadwal narasumber yang tidak memungkinkan untuk wawancara tatap muka secara daring. Untuk wawancara kedua, penulis mewawancarai seorang Managing Director dari Dentsu Indonesia, Raymond Copa. Wawancara dilakukan secara *online*

melalui media *Zoom Meeting* yang dilakukan dua kali. Wawancara pertama dilakukan pada tanggal 08 September 2021, dan wawancara kedua diadakan pada tanggal 15 September 2021.

3.1.1.1 Wawancara Erga Ghaniya

Penulis mewawancarai narasumber terkait dengan industri *game* pada saat ini. Narasumber berkata bahwa perkembangan industri *game* di Indonesia meskipun lambat tapi akhir-akhir ini mulai menunjukkan adanya perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan-perkembangan yang ada pada varian profesi yang tersedia dalam industri *game* saat ini dipandang sebagai hal yang baik oleh narasumber. Ketika pertama narasumber bergerak di industri *game*, narasumber berkata bahwa memang perkembangan industri *game* di Indonesia itu cukup lambat dan termasuk tertinggal dari negara lain. Hal tersebutlah menjadi alasan narasumber memasuki industri *game* karena narasumber ingin ikut turut serta dalam mengembangkan dan menyaksikan langsung perkembangan industri *game* di Indonesia kedepannya.

Narasumber sendiri juga menyadari stigma negatif yang dimiliki oleh *game* dari sudut pandang orang tua. Ketika penulis menanyakan hal tersebut, narasumber merasa sungguh sangat disayangkan dan memberikan argumentasi terhadap fakta tersebut. Menurut narasumber, bermain *game* dapat melatih kreativitas anak sehingga bermain *game* merupakan salah satu aktivitas yang direkomendasikan kepada anak. Namun yang menjadi masalah saat ini adalah orang tua yang tidak menyadari nilai positif tersebut yang bisa didapatkan. Apabila orang tua memang ingin melarang anaknya bermain *game*, narasumber berharap agar orang tua tersebut dapat memberikan aktivitas pengganti bermain *game* tersebut agar kreativitas anak dapat tetap dikembangkan. Namun apabila orang tua tidak memiliki solusi tersebut, sebaiknya jangan melarang anaknya untuk bermain *game* dan dukung anak mereka.

Penulis juga menanyakan sudut pandang yang dimiliki oleh orang tua narasumber. Orang tua narasumber termasuk orang tua yang mendukung apapun yang ingin dilakukan oleh narasumber asalkan tidak menyusahkan orang lain. Narasumber kemudian menambahkan bahwa yang juga menjadi problema saat ini ialah orang tua yang membandingkan karir anaknya dengan anak temannya. Orang tua tidak jarang memandang bahwa uang adalah parameter ukur kesuksesan anaknya. Narasumber berpendapat bahwa orang tua yang memiliki pola pikir tersebut akan sulit untuk memberikan toleransi terhadap anaknya yang ingin bergerak di industri *game*. Hal tersebut karena narasumber berpendapat bahwa tujuan utama dari bergerak di industri *game* adalah untuk membantu orang lain, menghibur orang lain, mengobati orang, mengasah kemampuan atau kecerdasan orang, dan lain-lain. Uang hanyalah *side-effect* ataupun imbalan yang didapatkan atas kerja keras kita. Mengingat hal tersebut, narasumber berpendapat bahwa hal tersebut harus ditekankan kepada orang tua.

3.1.1.2 Wawancara Raymond Copa

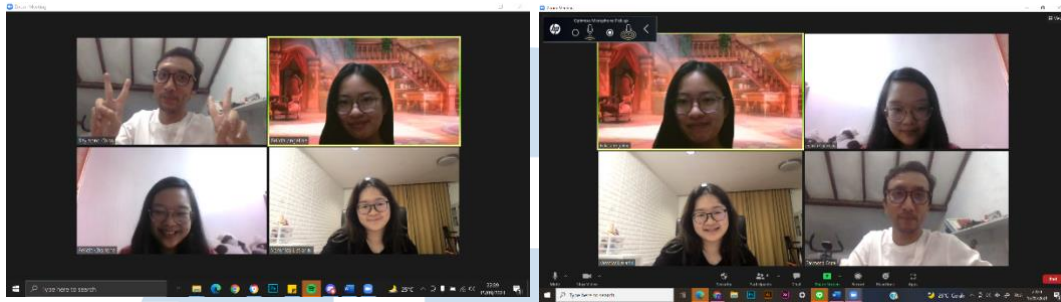


Gambar 3. 23 Wawancara Pertama bersama Kak Raymond Copa

Dikarenakan penulis masih memiliki pengetahuan dan pemahaman yang minim terhadap *advertising*, penulis meminta panduan ke narasumber. Penulis melakukan wawancara sebanyak dua kali. Wawancara pertama penulis melakukan perkenalan dasar mengenai digital *advertising*. Perkenalan dilakukan dengan menyimak video-video digital *advertising* yang

diperlihatkan oleh narasumber. Dari video yang disimak tersebut narasumber memandu penulis dan temannya dalam memahami secara singkat mengenai *digital media*. Narasumber berkata bahwa memang hal pertama yang harus dilakukan dalam pembuatan *campaign* ataupun *advertising* adalah pesan yang ingin disampaikan. Lalu cara agar media tersebut dapat menarik perhatian orang, dibantuklah *interactive media*. Mudahnya media yang tidak hanya sekedar dalam bentuk *banner*, melainkan media yang mengajak orang untuk ikut serta dalam media tersebut.

Narasumber kemudian memperlihatkan *interactive campaign* yang pernah ia buat, yaitu *Lenovo Gaming*. Aktivitas yang dilakukan pada *campaign* tersebut yaitu membentuk perlombaan yang dapat mendukung para *gamers* Indonesia. Hal tersebut dilakukan dengan harapan agar para *gamers* Indonesia dapat merasa dihargai. Melalui hal tersebut, narasumber kemudian menekankan bahwa memang hal terpenting dalam membuat suatu *campaign* ataupun *interactive campaign* ialah *goals* atau tujuan akhir yang ingin dicapai. Apabila hal yang ingin dilakukan tersebut tidak memiliki *urgency* maka *campaign* tersebut akan gagal. Selain itu dalam pembuatan *interactive campaign*, penulis harus juga memikirkan dari tujuan tersebut hal apa yang bisa membuat para konsumen nantinya mau melakukan *campaign* tersebut dengan senang hati. Dengan menjadikan *Lenovo Campaign* sebagai contoh, *campaign* tersebut menyemangati para partisipan untuk turut serta berpartisipasi dengan cara menggaji para partisipan atau pada situasi ini, *gamers*, yang turut serta dalam turnamen yang diadakan sebagai bentuk aktivitas *campaign*. Selain itu, *campaign* tersebut juga menyediakan segala macam fasilitas yang diperlukan untuk turnamen tersebut. Hasilnya narasumber berhasil mengembangkan *industry game* melalui meningkatkan peminat dan mengembangkan perspektif yang berbeda terhadap profesi *gamers*. Selain itu narasumber juga berhasil memasarkan produk *Lenovo*.



Gambar 3. 24 Wawancara Kedua bersama Kak Raymond Copa

Pada wawancara kedua yang dilaksanakan pada tanggal 15 September, pertama memulai zoom, narasumber meminta penulis untuk menceritakan topik penulis. Kemudian dari referensi-referensi yang diberikan, ide apa yang terpikirkan oleh penulis. Kemudian narasumber pun menjelaskan inti penting dari sebuah pembuatan *media advertising* ataupun *interactive media* ialah fondasi awal dari topik yang menjadi permasalahan. Apabila fondasi dari sebuah *advertisement* tidak kuat, maka akan sulit ketika penulis akan maju ketahap cara penulis mencapai *goals* penulis. Hal tersebut karena apabila fondasi tidak kuat, akan muncul kemungkinan penulis akan kehilangan arah atau tujuan akhir dari *advertisement* tersebut akan menjadi samar dan akhirnya tidak mengerucut pada tujuan awal *advertisement* atau *informative media* dilakukan. Segala hal yang memiliki fondasi awal yang kuat bisa dieksekusikan dengan cara apapun. Kemudian hal penting lainnya dalam pembuatan *advertisement* ATM (Ambil, Tiru, Modifikasi). Narasumber berkata bahwa semua *advertisement* ataupun *media informative* pasti dimulai dari melihat referensi dari yang sudah pernah dilakukan, kemudian ambil, tiru, dan yang terpenting terakhir di modifikasi menjadi hal yang baru. Di terakhir, narasumber kembali menegaskan bahwa dalam *advertisement* tidak ada yang salah ataupun benar. Ketika mencari ide penulis dipesan untuk tidak perlu takut bagus atau jelek, karena yang terpenting adalah *goals* tercapai atau tidak.

3.1.1.3 Kesimpulan Wawancara

Narasumber merasa industri *game* di Indonesia sudah cukup berkembang dan hal tersebut memberikan potensial yang cukup luas bagi khalayak untuk memulai merintis karir mereka di industri tersebut. Namun poternsial tersebut tertutup dikarenakan stigma negatif yang dimiliki oleh orangtua terhadap *game* itu sendiri. Masih terdapat orang tua yang melarang anaknya untuk bermain *game* karena dianggap sebagai hal yang tidak berguna. Padahal dengan melihat perkembangan yang sudah ada saat ini, selain bisa untuk melatih kreativitas anak, *gaming* juga sudah bisa dijadikan sebagai karir. Hal ini dilihat dari terus bertambahnya *gamers* terkenal yang mampu menghasilkan penghasilan yang cukup besar, pembuatan *game* yang terus berkembang, dan profesi lainnya selain *gamers* itu sendiri yang berkaitan dengan bermain *game*. Hal ini dapat disampaikan kepada khalayak dengan harapan untuk menginformasikan mereka dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap perkembangan yang ada pada industry gaming saat ini. Dalam pembuatan pesan juga perlu mempertimbangkan audiens yang dituju dan juga titik fokus dan penegasan yang diberikan dalam pesan agar khalayak dapat teryakinkan. Dengan demikian media interaktif yang dibentuk dapat menginformasikan khalayak dengan mudah dan baik.

3.1.2 Kuesioner

Kuisisioner merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar dengan menggunakan suatu populasi (Venus, 2018, h. 254). Penulis Menyebarkan kuisisioner *online* dengan *Google Form* melalui aplikasi *messenger* berupa *line* ke orang yang berumur 25-40 tahun, berada di Jabodetabek, dan bermain *game*.

Teknik sampling yang digunakan oleh penulis merupakan *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan *sample* yang mula-mula jumlahnya kecil, Kemudian sampel ini diminta memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel. Begitu seterusnya, hingga jumlah *sample* semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama semakin

besar. (Sugiyono, 2010). Peneliti akan membagikannya terlebih dahulu kepada kenalannya, kemudian peneliti akan meminta orang tersebut untuk menyebarkannya kembali kepada kenalan mereka yang sesuai dengan kriteria.

Dari data yang didapatkan pada jakarta.bps.go.id populasi di Jabodetabek dengan umur 25-40 tahun terdapat sebanyak 3.692.122 jiwa (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2019). Menggunakan rumus *slovin*, ditentukan sample sebanyak 100 jiwa dengan derajat ketelitian 10%. Rumus *Slovin* adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti (Hidayat, 2017).

$$N = 3.692.122$$

$$e = 10\%$$

$$n = N / (1 + N \cdot e^2)$$

$$n = 3.692.122 / (1 + 3.692.122 \times [0,1]^2)$$

$$n = 3.692.122 / (1 + 3.692.122 \times 0,01)$$

$$n = 3.692.122 / (1 + 36.921,22)$$

$$n = 3.692.122 / 36.922,22 = 99,99 = 100 \text{ sample}$$

Sesuai dengan penghitungan yang telah dilakukan oleh penulis menggunakan rumus *Slovin*, penulis harus mengumpulkan minimal sebanyak 100 responden. Penulis mendapatkan sebanyak 109 responden dengan mengabaikan satu responden dikarenakan tidak sesuai dengan kriteria masyarakat yang bermain *game*.

Pertanyaan pertama, penulis menanyakan bahwa apakah para responden suka bermain *game*. Dari 109 responden yang menjawab, 100 orang di antaranya menjawab “Ya” bahwa mereka suka bermain *game*.

Sedangkan sisanya menjawab tidak suka bermain *game*, namun terkadang ada bermain *game*.

Tabel 3. 1 Jumlah responden suka bermain *game*

Suka bermain <i>game</i>	Jumlah
Ya	100
Tidak	9

Alasan para responden menyukai bermain *game* bermacam-macam. 57 di antaranya mengatakan bahwa mereka menemukan bermain *game* itu seru. Kemudian 46 responden mengatakan bahwa bermain *game* bermanfaat untuk mengasah otak mereka. Ada 36 orang yang suka bermain *game* karena ingin berinteraksi dengan orang lain. Banyak responden yang bermain *game* hanya karena sebuah alasan sederhana, yaitu untuk mengisi waktu luang. Sebanyak 2 orang suka bermain *game* karena adanya kompetisi yang diadakan untuk *game* tersebut ataupun rasa kompetisi dengan temannya. Kemudian ada juga yang menjawab bahwa mereka bermain *game* hanya untuk pelarian sementara dari hal-hal yang ada, ada juga karena suka cerita yang diberikan oleh *game* tersebut, ada juga yang hanya karena mengikuti temannya. Namun ada 1 responden yang menjawab tidak terlalu suka bermain *game* karena cepat jenuh. Meskipun demikian, responden tersebut terkadang masih bermain *game*.

Tabel 3. 2 Alasan Responden Suka Bermain *Game*

Alasan	Jumlah
Seru	57
Mengasah Otak	46
Bisa berinteraksi dengan orang lain	36
Pengisi waktu luang	82

Kompetisi	2
Sebagai pelarian	1
Story <i>game</i> bagus	1
Cepat jenuh	1
Ikut teman	1

Dari kuisioner yang dilakukan, penulis juga mengetahui bahwa masing-masing responden memiliki waktu bermain yang berbeda-beda. 20 orang menjawab bahwa mereka bermain *game* hamper setiap saat atau bahkan setiap saat. Kemudian 73 orang mengatakan bahwa mereka hanya bermain *game* mereka memiliki waktu luang sehingga tetap seimbang dengan hal lainnya yang mereka lakukan. Dan yang terakhir terdapat 16 orang yang menjawab bahwa mereka jarang bermain *game*, baik karena kesibukkan mereka atau memang karena tidak ingin atau tidak mampu bermain terlalu lama.

Tabel 3. 3 Waktu Responden Bermain

Waktu bermain	Jumlah
Setiap saat	20
Hanya ketika luang	73
Jarang	16

Penullis menyebutkan 10 manfaat yang dapat dirasakan melalui bermain *game* sesuai dengan yang sudah disebutkan pada artikel health.kompas.com. Penulis ingin mengetahui manfaat yang manakah yang paling banyak diketahui oleh orang-orang dan apakah orang-orang hanya mengetahui manfaat-manfaat kecil yang dapat diberikan dengan bermain

game. Hasilnya mengatakan bahwa manfaat-manfaat tersebut ada yang banyak diketahui oleh responden, namun ada juga manfaat yang belum banyak diketahui. Terdapat 92 responden yang mengetahui bermain *game* dapat mengurangi stress. Kemudian terdapat 63 responden mengetahui dan merasa bahwa *game* dapat melatih kerja sama tim. Berikut sebanyak 59 responden mengetahui bahwa *game* dapat melatih koordinasi mata dan tangan sehingga mereka dapat beraktivitas lebih mudah. Kemudian 56 responden mengetahui bahwa *game* dapat membuat orang senang, mengingat bahwa *game* memang biasa digunakan sebagai hiburan. 46 responden mengetahui dan merasa bahwa *game* bisa melatih sportivitas dan sikap adil, khususnya dengan bermain *game* yang memang memiliki sifat kompetitif yang tinggi. Berikut ada juga 30 responden yang mengetahui dan menyadari bahwa *game* bisa digunakan untuk meningkatkan keterampilan sosial. Hal ini karena dalam *game* yang membutuhkan pemain untuk bermain dalam tim, mereka akan berinteraksi dengan orang yang mungkin sana baru mereka kenal agar perjalanan *game* dapat berjalan dengan baik. Manfaat berikut yang diketahui oleh 29 orang adalah meningkatkan kemampuan belajar. Manfaat ini dapat sangat dirasakan efektif bermain *game* yang membutuhkan suatu strategi ataupun menyelesaikan sebuah teka-teki untuk menyelesaikan permainan. Kemudian ada 21 responden mengetahui bahwa dengan bermain *game*, mereka bisa melupakan rasa sakit yang mereka rasakan sejenak, baik secara fisik maupun emosional. Ada juga 18 responden yang mengetahui bahwa bermain *game* bisa juga dijadikan sebagai olahraga atau aktifitas fisik. Hal ini dapat terjadi karena adanya perkembangan teknologi sehingga terdapat *game* yang mengajak pemain untuk bergerak ketika memainkan *game* agar dapat menyelesaikan permainan. Kemudian manfaat yang terakhir namun cukup disayangkan baru 5 responden saja yang mengetahui manfaat ini, yaitu untuk kebugaran fisik dan gizi. Saat ini sudah terdapat *game* yang dapat menginformasikan pemain mengenai kandungan yang dimiliki oleh suatu makanan ataupun *game* yang mengajak pemain untuk makan atau minum di

waktu tertentu. Hal tersebut dengan harapan agar pemain dapat makan dan minum teratur meskipun menghabiskan waktunya hanya dengan bermain.

Tabel 3. 4 Manfaat *Game* yang Diketahui Responden

Manfaat	Jumlah
Aktifitas fisik	18
Kebugaran fisik dan gizi	5
Koordinasi mata dan tangan	59
Keterampilan sosial	30
Peningkatan Kemampuan Belajar	29
Melatih Sportivitas dan Adil	46
Mengurangi Stres	92
Melatih kerja sama tim	63
Mengatasi rasa sakit fisik dan emosional	21
Membuat orang senang	56

Penulis memberikan informasi singkat mengenai perkembangan yang ada di era saat ini yang akhirnya memperbolehkan masyarakat untuk merasakan manfaat-manfaat yang telah penulis sebutkan sebelumnya. Penulis juga menambahkan bahwa berkat perkembangan yang ada, saat ini gaming pun bisa dijadikan sebagai salah satu profesi yang bisa dijadikan pilihan oleh masyarakat. 105 responden mengetahui hal tersebut dan 4 responden masih belum mengetahuinya. Berikut, penulis kembali memberikan penjelasan singkat mengenai kemungkinan yang diberikan oleh industry gaming untuk dijadikan sebagai profesi. Tidak hanya sebagai atlet, *gamer* bisa juga menjadi seorang *content creator*, trainer, tim manajer, dan masih banyak lagi bidang yang bisa diambil pada industry gaming ini. Penulis kemudian bertanya

apakah para responden setuju bahwa bidang gaming ini bisa dijadikan sebagai salah satu profesi atau tidak. 105 responden setuju dengan hal tersebut. Namun masih terdapat 4 responden yang menjawab bahwa mereka tidak setuju.

Tabel 3. 5 Jumlah Responden Yang Mengetahui

Mengetahui	Jumlah
Ya	105
Tidak	4

Tabel 3. 6 Pendapat Responden

Setuju	Jumlah
Ya	105
Tidak	4

Ketika penulis menanyakan alasan mereka, jawaban yang diberikan pun bervariasi. Pendapat paling banyak yaitu dengan 36 suara, mereka berpendapat bahwa gaming saat ini bisa dijadikan sebagai profesi karena perkembangan yang akan terjadi pada *game*, teknologi, pasar akan terus meningkat sehingga prospek dalam industri tersebut pun tinggi. Berikut ada juga 26 responden yang menjawab bisa hanya karena bisa menghasilkan uang. Selama hal tersebut dilakukan dan bisa menghasilkan uang bisa saja dijadikan sebagai profesi. Kemudian 14 responden berpendapat karena gaming saat ini banyak diminati oleh orang-orang sehingga kemungkinan semakin banyak orang yang ingin menekuni bidang tersebut pun tidak kecil. 12 responden juga menjawab banyak orang yang terhibur. Mereka berpendapat bahwa profesi ini tidak jauh berbeda dengan industri hiburan yang selama ini masyarakat sudah familiar. Hal itu karena meskipun hal yang

dilakukan berbeda, namun intinya hal yang mereka lakukan itu bisa menghibur orang sehingga tidak masalah apabila memang ada orang yang ingin menjadikan gaming sebagai profesi dengan menjadi *content creator* ataupun lainnya. Kemudian dikarenakan hal ini bukanlah hal yang sepenuhnya baru, namun sudah ada orang yang terjun ke dalam profesi ini, sehingga ada juga yang berpendapat bahwa profesi ini bisa saja dijalankan karena memang sudah ada yang bisa sukses hanya dengan bermain *game* dan membuat content. Alasan berikutnya karena profesi gaming ini memang sedang menjadi sebuah trend saat ini sehingga bukan lagi hal yang asing untuk dilakukan, Masih ada alasan lainnya juga mengapa mereka setuju gaming dapat dijadikan sebagai salah satu pilihan profesi saat ini yang dapat dilihat pada tabel rangkuman di bawah.

Tabel 3. 7 Alasan Responden Setuju

Alasan Setuju	Jumlah
Bisa menghasilkan uang	26
Melatih kerja sama tim	1
Konsistensi dan kedisiplinan dibutuhkan	1
Sudah ada yang sukses	8
Perkembangan <i>game</i> , teknologi, pasar akan terus berkembang. Prospek baik	36
Legal	2
Banyak yang terhibur	12
Bisa sambil menjalani hobi, mengurangi depresi	3
Banyak diminati	14
Tidak mustahil	3
Sudah jadi bagian dari masyarakat	4

Pemerintah sudah mendukung	1
Trend	4
Melatih kecerdasan	2
Atlet tidak hanya dari olahraga fisik, melainkan dari <i>game</i> juga ada	2
Termasuk keterampilan	3
Menjadi motivasi	3

Responden yang menjawab bahwa mereka tidak setuju dengan gaming dijadikan sebagai profesi juga memberikan alasan mereka. Adapun alasan tersebut karena income yang didapatkan tidak tetap atau tidak pasti, berbeda dengan pekerjaan kantoran atau pekerjaan tetap lain pada umumnya. Selain itu ada juga yang berpendapat masih belum banyak yang mengambil bidang tersebut sebagai profesi mereka. Dan ada juga yang tidak setuju karena masih adanya mindset yang kurang baik yang masih dimiliki oleh beberapa masyarakat mengenai gaming sendiri, mengingat biasanya *game* hanya dijadikan sebagai hiburan biasa dalam waktu luang, atau bahkan dianggap tidak berguna. Hal ini kembali menunjukkan bahwa memang hal utama yang harus dilakukan ialah merubah persepsi negatif yang dimiliki oleh masyarakat mengenai gaming agar profesi ini pun dapat diterima oleh semakin banyak orang.

Tabel 3. 8 Alasan Responden Tidak Setuju

Alasan Tidak Setuju	Jumlah
Income tidak pasti	1
Tidak banyak yang mengambil bidang tersebut	3
Mindset yang masih kurang baik	1

Penulis ingin mengetahui pemikiran yang dimiliki oleh orangtua mereka mengenai gaming itu sendiri. Hal tersebut karena mengingat adanya persepsi negatif pada gaming sehingga penulis ingin mengetahui apakah orangtua mereka juga demikian. Penulis berpikir bahwa salah satu faktor utama yang membentuk pemikiran anak nantinya adalah orangtua sehingga penulis pun ingin tahu dari sudut pandang orangtua para responden. Jawaban-jawaban yang didapatkan tentu berbeda-beda. Ada yang berpendapat positif, netral, dan juga negatif.

Terdapat 24 responden yang mengatakan bahwa orangtua tidak berpendapat spesifik dan setuju-setuju saja dengan mereka bermain *game*. Dengan pandangan tersebut, mereka juga menilai seperti orangtua mereka akan mendukung mereka apabila mereka melakukannya juga dengan efek atau pengaruh positif. Kemudian ada juga 8 responden yang mengatakan orangtua mereka yang tidak masalah ketika anak mereka bermain *game* ketika mereka ingin mengisi waktu luang atau hiburan. 6 responden mengatakan bahwa orangtua mereka setuju dengan mereka bermain *game* atau bahkan mendukung mereka bermain *game* dengan pandangan dapat melatih kecerdasan mereka. Hal ini dapat dikatakan masuk akal juga dengan mengingat bahwa melatih kecerdasan juga merupakan salah satu manfaat yang bisa diberikan dengan bermain *game*. Berikutnya, terdapat, 5 responden yang mengatakan bahwa orangtua mereka telah mengetahui dan memahami potensi yang dimiliki gaming untuk dijadikan sebagai profesi sehingga mereka pun memiliki persepsi positif terhadap gaming di era saat ini. Kemudian terakhir ada yang mengatakan bahwa orangtua mereka tidak masalah dengan apapun yang mereka lakukan termasuk bermain *game*, asalkan memang bisa menghasilkan uang.

Tabel 3. 9 Orang Tua Responden yang Memiliki Persepsi Positif

Persepsi Positif	Jumlah
Positif	24

Memahami potensial gaming sebagai profesi	5
Selama bisa menghasilkan uang oke	1
Melatih kecerdasan	6
Untuk mengisi waktu luang/hiburan	8

Berikut penulis menganalisis jawaban-jawaban responden mengenai pandangan orangtua mereka terhadap *game*, yang bersifat positif, namun tidak sepenuhnya juga mendukung. Bisa dikatakan juga mereka yang orangtuanya tidak dapat mendukung kebaikan *game* sepenuhnya karena adanya beberapa ketentuan yang mengikuti. Penulis akan memasukkan jawaban-jawaban tersebut kedalam kategori netral. Sebanyak 36 responden mengatakan bahwa orangtua mereka mengizinkan mereka bermain *game* dengan catatan mereka dapat *manage* waktu mereka dengan baik sehingga tidak mengganggu fokus utama mereka ataupun kegiatan mereka lainnya. Hal tersebut menunjukkan kesan bahwa orangtua mereka tersebut masih tidak mempertimbangkan gaming sebagai salah satu kemungkinan dijadikan sebagai profesi namun masih memperbolehkan anaknya untuk bermain *game* hanya untuk sekedar refreshing. Kemudian terdapat juga 2 responden yang mengatakan bahwa orangtua mereka akan melakukan pengawasan ketat dalam aktifitas bermain mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun mereka mengizinkan anak mereka untuk bermain, mereka juga tidak bisa sepenuhnya memberikan mereka kebebasan dalam bermain. Hal ini menunjukkan juga bahwa mereka tidak sepenuhnya mendukung mereka untuk bermain *game* sehingga kemungkinan orangtua mereka menyetujui anaknya untuk menjalani profesi gaming pun tidak sepenuhnya 100%, namun tidak juga sepenuhnya 100% mereka tidak mendukung anaknya untuk menjalani profesi gaming. Sehingga penulis menaruh jawaban tersebut ke dalam kategori netral.

Tabel 3. 10 Orang Tua Responden yang Memiliki Persepsi Netral

Persepsi Netral	Jumlah
Wajib diawasi	2
Selama bisa manage waktu/berlebihan oke	36

Kemudian untuk persepsi terakhir, penulis telah mengelompokkan jawaban-jawaban yang menunjukkan bahwa orangtua mereka memiliki persepsi yang masih kurang baik terhadap *game* sehingga mereka tidak akan begitu mengizinkan mereka bermain *game*. Terdapat 12 responden yang menjawab bahwa orang tua mereka hanya menganggap bahwa bermain *game* merupakan kegiatan yang hanya membuang waktu sehingga tidak mengizinkan mereka untuk bermain *game* terlalu lama ataupun sama sekali. Dan dengan jumlah yang sama ada yang mengatakan bahwa orang tua 100% memiliki pandangan negatif mengenai bermain *game* sama sekali tidak memperbolehkan mereka bermain *game*, apalagi menjadikannya sebagai profesi. Kemudian 7 responden mengatakan bahwa orangtua mereka mengatakan bahwa bermain *game* itu tidak bermanfaat. Hal ini sangat disayangkan karena mengingat beberapa manfaat yang sebenarnya bisa didapatkan dengan bermain *game*. Ada juga 5 responden yang mmengatakan terkait dengan gaming dijadikan sebagai profesi, bahwa orangtua mereka masih belum berpikiran terbuka sehingga orangtua mereka pun belum bisa menyetujui gaming dijadikan sebagai profesi, meskipun dengan perkembangan yang sudah ada di era 4.0 ini. Dan terakhir 1 responden mengatakan bahwa orangtuanya tidak terlalu setuju dengan pergaulan online sehingga orangtuanya tidak suka dengan dirinya yang melakukan pertemanan online.

Tabel 3. 11 Orang Tua Responden yang Memiliki Persepsi Negatif

Persepsi Negatif	Jumlah
Buang-buang waktu	12
Belum berpikiran terbuka	5
Tidak bermanfaat	7
Negatif	12
Tidak terlalu setuju dengan pertemanan online	1

3.1.3 Studi Existing

3.1.3.1 Coalition of Parents in Esports

Coalition of Parents in Esports (COPE) merupakan sebuah organisasi non-profit yang didirikan oleh sekelompok orang tua dari *pro Esports* yang ingin mengubah persepsi mengenai *game* khususnya pada orang tua yang belum menyadari aspek positif yang dimiliki oleh olahraga baru ini. Hal yang dilakukan adalah dengan menghilangkan stigma negatif yang sudah kuno, mengedukasikan cara orang tua untuk mendukung, meningkatkan kesadaran atas benefit yang dapat dirasakan, menginformasikan karir-karir yang bisa dijalankan, menyediakan *resource* yang dapat membantu dukungan *Esports*, dan juga menyediakan beasiswa bagi para calon atlet yang berpotensi.

Organisasi tersebut membuat sebuah *website* agar orang-orang dapat mengenal organisasi mereka dengan lebih baik. Informasi dalam *website* terbagi dalam halaman yang berbeda-beda. Pengelompokkan dilakukan berdasarkan informasi yang ingin disampaikan. Halaman dibagi menjadi mengapa COPE, servis yang mereka berikan, halaman donasi, tentang pendiri COPE, partner COPE, artikel-artikel seputar COPE, dan juga halaman untuk menghubungi mereka.

Design yang digunakan oleh *website* ini minimalis dengan pembagian *layout* antara gambar dan *text* dilakukan secara seimbang dan jelas. Pembagian dilakukan dengan cara penempatan gambar dan *text* pada sisi yang berlawanan. Apabila *text* berada di kanan, maka gambar berada di kiri, dan apabila *text* berada di bawah, gambar berada di atas. *Website* ini juga menggunakan banyak *white space*. *Landing Page* dari *website* ini merupakan halaman mengapa COPE, yang mencantumkan hal yang dilakukan oleh organisasi. Penulis menggunakan referensi dari *website* ini dalam penggunaan *layout*, dan juga pesan yang akan disampaikan dalam *Landing Page*. Penulis memastikan pesan dalam *Landing Page* menyuarakan langsung inti informasi yang ingin disampaikan dalam *website*. Kemudian dari penggunaan bahasa, penulis membuat catatan agar menggunakan bahasa yang singkat dan mudah dimengerti.

3.2. Metode Perancangan

Menurut Mueller-Roterberg (2018) dalam proses perancangan dibutuhkan sebuah strategi *design thinking* untuk bisa mengetahui permasalahan yang dihadapi, mengetahui solusi yang tepat, penentuan calon pengguna yang sesuai, menempatkan diri kita sebagai calon pengguna agar bisa mengetahui kebutuhan dan harapan pengguna, dan juga membentuk *prototype* untuk diujicobakan oleh calon pengguna langsung (h.1).

3.2.1 Understand

Tahap pertama dalam sebuah perancangan yaitu mengenal topik yang diangkat dan juga permasalahan yang dihadapi. Ditahap ini perancang harus mengumpulkan sebanyak mungkin informasi terkait permasalahan yang diangkat. Tahap ini termasuk tahap pematangan dengan topik permasalahan yang diangkat. Sebagai informasi tambahan lainnya, pada tahap ini perancang juga dapat melakukan studi eksisting terhadap solusi atas permasalahan yang sudah ada sebagai referensi. Melalui informasi dan juga data yang sudah

didapatkan, perancang menganalisa dan menyimpulkan permasalahan yang ada.

3.2.2 *Observe*

Apabila tahap pertama merupakan *research* yang dilakukan secara *online* melalui artikel-artikel atau sumber informasi *online* lainnya, pada tahap ini penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan juga kuantitatif. Hal tersebut agar perancang dapat mengetahui secara langsung permasalahan yang ditemukan sebelumnya pada lingkup tertentu yang telah ditetapkan. Pada tahap ini juga, perancang sudah bisa menentukan hal yang dibutuhkan oleh masyarakat dan solusi yang tepat kepada target sasaran.

3.2.3 *Point-of-View*

Sebagai gambaran pengguna rancangan nantinya, perancang menempatkan dirinya sebagai calon pengguna rancangan untuk membentuk persona yang sesuai dengan permasalahan yang telah ditemukan dan juga yang sesuai dengan target sasaran yang telah ditetapkan. Tahap ini dapat membantu dalam menentukan alur-alur atau informasi yang dibutuhkan dalam rancangan nantinya, dan juga dalam penentuan elemen desain.

3.2.4 *Ideate*

Tahap ini merupakan tahap *brainstorming* benar-benar dimulai. Penulis dapat menggunakan segala teori yang telah dicantumkan dalam BAB II sebagai pedoman dalam proses perancangan. Proses *brainstorming* dilakukan dengan merumuskan kembali permasalahan-permasalahan yang ada hingga ke *detail-detail* kecil untuk menemukan kata kunci yang mampu proses perancangan berlangsung dimulai dari proses penyampaian informasi hingga aset-aset yang diperlukan untuk rancangan nantinya.

3.2.5 *Prototype*

Pada tahap ini perancang membentuk kerangka rancangan yang menjadi solusi. Ide-ide yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya,

dikemas dalam menjadi suatu visual dalam waktu singkat, praktis, dan layak untuk diujicoba. Perancangan dimulai dari *low-fidelity* hingga *high-fidelity* yang dapat diujicobakan.

3.2.6 Test

Pada tahap terakhir ini, perancang dapat mengembangkan kembali rancangannya dengan melakukan uji coba dengan calon pengguna. Uji coba dilakukan untuk mendapatkan *feedback* langsung dari target yang telah ditetapkan.

