Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Touchten Games didirikan pada tahun 2009 oleh dua bersaudara, Anton dan Rokimas Soeharyo, serta sepupu mereka yaitu Dede Indrapurna. *Touchten Games* merupakan perusahaan yang membuat permainan berbasis *mobile games* di Indonesia dan sudah merilis banyak *game* yang cukup laris di pasaran. Seperti yang disebutkan oleh *Rappler.com*, *Touchten Games* merupakan perusahaan pengembang *mobile games* yang paling sukses di Indonesia. Berawal dengan modal sebesar *$1000*, mereka mengubahnya menjadi sebuah perusahaan yang terus berkembang selama 5 tahun terakhir dan telah memiliki lebih dari 20 karyawan.

Touchten memulai *debut*nya di dunia *mobile games* dengan sebuah *game* yang berjudul *Sushi Chain* pada tahun 2009. *Sushi Chain* menjadi *game* yang cukup diminati masyarakat, namun pada tahun 2010 *Touchten* mengalami kejatuhan pertamanya karena *Sushi Chain* tidak diterima karena dianggap terlalu mirip dengan *game* lain yang sudah ada. *Touchten* tidak menyerah karena hal tersebut, dan pada tahun 2011 *Touchten* mendapat *fundraising* dari *Ideosource*. Hingga saat ini, *Touchten* mendapatkan sumber dana dari beberapa pihak seperti *CyberAgent Ventures*, *TMS Entertainment*, dan *UOB Venture Management.*

Touchten tidak semata dapat berkembang sedemikian pesat tanpa prinsip dasar. Terdapat 5 prinsip dasar atau *Core Values* yang harus dipegang teguh oleh seluruh personil di *Touchten*, yaitu *Fun, Creative, Collaborative, Humble* dan *Nurturing*. Arti dari masing-masing *Core Values* tersebut adalah :

Mobile game designer…, Kyrin Febryana Vitali, FSD UMN, 2014

- *Fun* : Menyenangkan

  Dengan menciptakan suasana senang, diharapkan *Touchten* dapat membuat sebuah *game* yang juga dapat menyenangkan orang lain.

- *Creative* : Kreatif

  Menciptakan sebuah *game* yang tidak kalah dengan para pesaingnya dengan sebuah nilai kreatifitas yang selalu berkembang.

- *Collaborative* : Kerja sama

  Kerja sama dalam sebuah tim juga diperlukan dalam proses pembuatan sebuah *game* yang berkualitas.

- *Humble* : Rendah Hati

  Dengan kerendahan hati, semua karyawan perusahaan dapat menerima segala kritik dan saran untuk membuat *game*nya menjadi lebih baik lagi dan tidak merasa paling benar dalam kerja sama tim.

- *Nurturing* : Mengasuh

  Dalam hal ini, mengasuh berarti juga mengajarkan. Saling mengajar satu sama lain dengan hal baru, juga dengan proyek kerja magang, prinsip ini dapat membimbing semua karyawannya untuk mendapat pengetahuan lebih banyak.

2.1.1. Visi dan Misi

"*Leave a timeless impression in millions of people worldwide*"

Mobile game designer…, Kyrin Febryana Vitali, FSD UMN, 2014

Berdasarkan kalimat tersebut, jelas bahwa *Touchten* memiliki tujuan untuk membuat sesuatu yang nantinya akan diingat oleh banyak orang. Dalam hal ini, sesuatu tersebut adalah *game mobile*.

Dengan perjalanan selama 5 tahun terakhir, *Touchten* telah memulai langkah besar, sebab *Touchten* sudah mulai dikenal secara luas. Ditambah dengan *Core Value* yang sudah dijelaskan sebelumnya, visi dan misi *Touchten* akan segera terwujud.

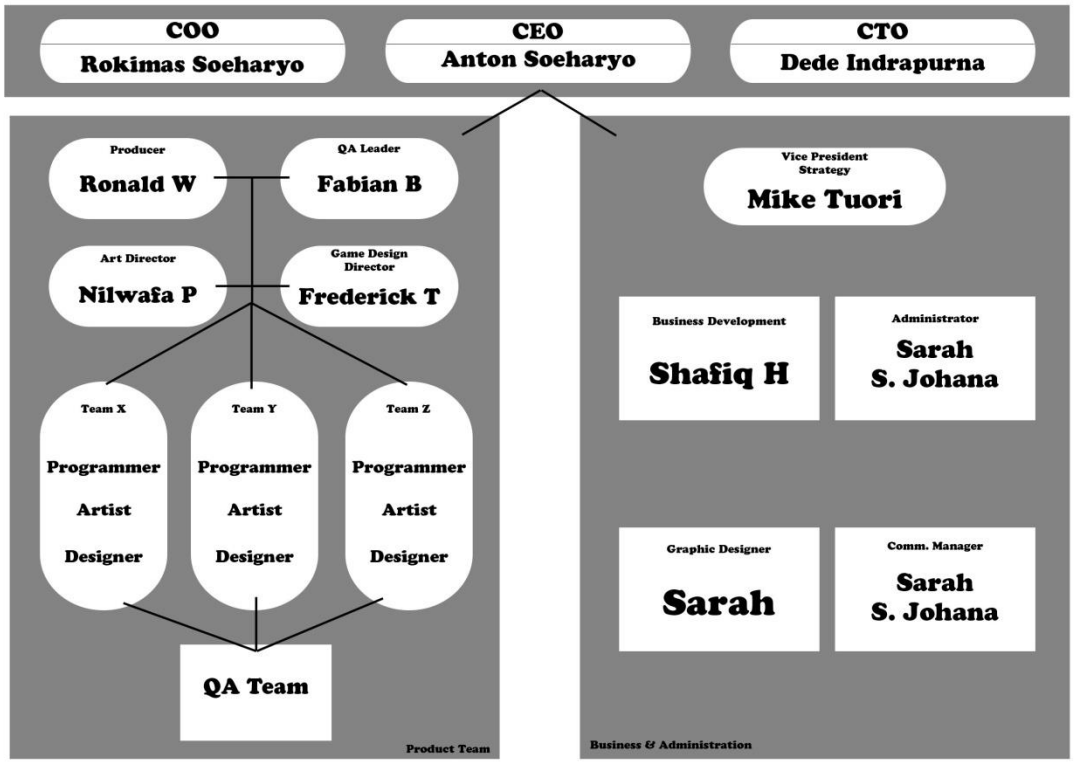
2.1.2. Arti Logo

Gambar 2.1. Logo *Touchten*

Touchten Games memiliki logo berbentuk sebuah roket, sedangkan nama *Touchten* sendiri diambil dari kata "*Touch*" yang berarti sentuh, dan "*Ten*" yang diambil dari kata Jepang yang memiliki arti langit. Sehingga *Touchten* memiliki makna "menggapai langit" dan hal ini sesuai dengan logo mereka yaitu sebuah roket yang meluncur ke langit untuk mewujudkan impian menggapai langit.

Mobile game designer…, Kyrin Febryana Vitali, FSD UMN, 2014

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2. Struktur Organisasi

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA