

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada Bab II ini akan dibahas mengenai Pembuatan Game Bergentre Strategy dengan judul "Sego Njamoer The Series" Sebagai media promosi produk CV. Sego Njamoer, disini dijelaskan suatu *literature* atau referensi yang menjadi dasar suatu landasan teori.

2.1 Pengertian *Game*

Menurut Indah F. (2014), definisi *game* menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. Mitchell Wade

Game adalah lingkungan pelatihan yang baik bagi dunia nyata dalam organisasi yang menuntut pemecahan masalah secara kolaborasi.

2. Ivan C. Sibero

Game merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan dan dinikmati para pengguna media elektronik saat ini.

3. Fauzi A.

Game merupakan suatu bentuk hiburan yang seringkali dijadikan sebagai penyegar pikiran dari rasa penat yang disebabkan oleh aktivitas dan rutinitas kita.

4. Samuel Hendry

Game merupakan bagian tak terpisahkan dari keseharian anak, sedangkan sebagian orang tua menuding game sebagai penyebab nilai anak turun, anak tak mampu bersosialisasi, dan tindakan kekerasan yang dilakukan anak

5. John Naisbitt

Game merupakan sistem partisipatoris dinamis karena game memiliki tingkat penceritaan yang tidak dimiliki *film*.

6. Albert Einstein

Game adalah bentuk investigasi paling tinggi.

2.2 Pengertian Genre Game

Menurut Expro (2010) genre *game* terbagi sebagai berikut:

1. *RPG (Role Playing Game)*

RPG adalah salah satu *game* yang mengandung unsur *experience* atau *leveling* dalam *gameplay*-nya. Biasanya dalam game ini kita memiliki kebebasan untuk menjelajah dunia game tersebut, dan kadang kala dalam beberapa game, kita dapat menentukan ending dari game tersebut.

2. *FPS (First Person Shooting)*

FPS adalah game tembak menembak yang memiliki ciri utamanya adalah penggunaan sudut pandang orang pertama yang membuat kita dibelakang senjata.

3. *Third Person Shooter*

TPS adalah *game* yang mirip dengan *FPS* yaitu memiliki *gameplay* tembak menembak hanya saja sudut pandang yang digunakan dalam game ini adalah orang ketiga.

4. *Strategy*

Strategy adalah genre *game* yang memiliki gameplay untuk mengatur suatu unit atau pasukan untuk menyerang markas musuh dalam rangka memenangkan permainan.

5. *Simulation*

Simulation adalah genre yang mementingkan realisme. Segala faktor pada game ini sangat diperhatikan agar semirip didunia nyata. Segala nilai, material, referensi, dan faktor lainnya adalah berdasarkan dunia nyata. Cara memainkannya juga berbeda, karena biasanya kontrol yang dimiliki cukup rumit. Genre simulasi meliputi game racing, flight, sampai militer.

6. *Tycoon*

Tycoon adalah game yang menjadikan kita sebagai seorang bussinesman yang akan mengembangkan sesuatu property untuk dikembangkan hingga laku di pasaran.

7. *Racing*

Racing Game adalah game sejenis racing yang memungkinkan kita untuk mengendalikan sebuah kendaraan untuk memenangkan sebuah balapan.

8. *Action Adventure*

Action Adventure adalah game berupa petualangan salah seorang karakter yang penuh aksi yang akan terus ada hingga game tersebut tamat. (Biasanya *Action* dimasukkan kategori *RPG*)

9. *Arcade*

Arcade game adalah genre game yang tidak terfokus pada cerita, melainkan hanya “just for fun” atau untuk kejar-mengejar point/ highscore.

10. *Fighting Game*

Fighting adalah genre *game* bertarung. Seperti dalam *arcade*. Pemain dapat mengeluarkan jurus-jurus ampuh dalam pertarungannya. Genre fighting biasanya one on one dalam sebuah arena yang sempit.

11. *Sports*

Sports adalah genre bertema permainan olahraga. Sistem permainan akan berbeda-beda tergantung jenis olahraga yang menjadi tema game tersebut.

12. *Casual*

Casual adalah sebuah tipe game yang menyuguhkan gameplay sederhana sehingga mampu dinikmati oleh banyak kalangan. *Gameplay* yang relatif sederhana juga berimbang pada biaya produksi yang kemudian juga menjadi relatif lebih murah. Tapi kesederhanaan dari sebuah casual game tidak secara otomatis membuat game tipe ini jadi lebih mudah untuk dikembangkan, bahkan sebaliknya dalam beberapa hal menjadi lebih menantang.

2.3 Pengertian Genre *Tower Defense Game*

Menurut Green, Robert (2013: 62) pengertian *Tower Defense Game* adalah: “*some mostly evil force is sending out critters in so-called waves to attack your castle/base/crystals/ you name it. Your task is to defend that special place on the game map by placing defense turrets that shoot the incoming enemies*”.

2.4 Manfaat Bermain Game

Menurut Ligagame (2009) terdapat manfaat bermain game, yaitu:

1. Bisa menjadi sarana hiburan yang menyediakan interaksi sosial.
2. Membangun semangat kerja sama atau teamwork ketika dimainkan dengan gamers-gamers lainnya secara multiplayer
3. Bagi manula (lansia), bisa mengurangi efek kepikunan.
4. Menigkatkan rasa percaya diri dan harga diri anak saat mereka mampu menguasai permainan.
5. Mengembangkan kemampuan dalam membaca, matematika, dan memecahkan masalah atau tugas.
6. Membuat anak-anak merasa nyaman dan familiar dengan teknologi terutama anak perempuan, yang tidak menggunakan teknologi sesering anak cowok.
7. Melatih koordinasi antara mata dan tangan, serta skill motorik.
8. Mengakrabkan hubungan anak dan orang tua. Dengan main bersama, terjalin komunikasi satu sama lain.
9. Bisa membantu memulihkan kesehatan untuk beberapa kasus penyembuhan.

2.5 CV. Sego Njamoer

2.5.1 Profil Instansi

Nama Instansi : CV Sego Njamoer

Alamat : Jl. Klampis Semolo Timur XII No. 2

Telp/Fax : 081 242424 566

Email : sego.njamoer@gmail.com

Website : www.segonjamoer.com

2.5.2 Sejarah Singkat CV Sego Njamoer

Sego Njamoer merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *franchise* makanan. Produk mereka adalah produk makanan dengan bahan dasar utama Jamur. Segala jenis jamur yang populer di masyarakat Indonesia dihidangkan dalam bentuk makanan sehat, praktis, dan murah. Ada Jamur Tiram, Kuping, Kancing, dan Lingzee. Produk andalan mereka adalah Nasi Jamur, sesuai dengan nama perusahaannya Sego Njamoer (yang artinya Nasi Jamur dalam bahasa Indonesia). Nasi Jamur merupakan nasi yang dibumbui dengan rempah-rempah pilihan terbaik dengan campuran Jamur Tiram dan jamur Kuping sebagai bahan utamanya. Nasi Jamur dibentuk segitiga seperti *onigiri* khas Jepang karena dianggap mudah dipegang dan disantap, selain itu bentuknya yang simetris memiliki sifat yang futuristik serta kekinian. Nasi Jamur sangat populer di masyarakat khususnya anak-anak muda, remaja, dan mahasiswa. Selain rasanya yang enak, proses pembuatan dalam pelayanan outlet Sego Njamoer sangat cepat dan tanggap, serta bentuknya yang futuristik memiliki daya tarik sendiri sehingga banyak digandrungi oleh anak-anak muda. Secara garis besar, target utama produk Sego Njamoer adalah anak-anak muda yang memiliki kesibukan padat sehingga produk mereka hadir untuk memenuhi rasa lapar dengan cara yang praktis dan cepat.

Bisnis ini dikelola oleh sekelompok Mahasiswa ITS yang berkesempatan diberi kepercayaan oleh Kementerian Pendidikan Nasional untuk *start up* bisnis melalui Program Mahasiswa Wirausaha 2010 dan PKM-Kewirausahaan 2010 dengan harapan agar para mahasiswa tidak hanya menjadi *job seeker* (pencari lapangan kerja), tetapi juga menjadi *job creator* (pencipta lapangan kerja). Semua

ide berawal dari apa yang selama ini terjadi pada lingkungan mahasiswa. Dengan segala aktivitasnya, mahasiswa dituntut memiliki kondisi kesehatan yang prima untuk menunjang performa dan prestasi mereka sehingga dibutuhkan pemenuhan gizi yang baik.

Kondisi mahasiswa saat ini, banyak yang memiliki pola makan tidak teratur dikarenakan segala kesibukan yang menyebabkan mereka tidak memiliki cukup waktu luang khusus untuk makan. Hal ini didukung pula dengan kondisi finansial mahasiswa yang rata-rata ada pada tingkat menengah ke bawah. Akhirnya lahirlah ide "Sego Njamoer" yang terinspirasi dengan konsep praktis nasi onigiri dan *mobile packaging fast food*, dan berbahan dasar jamur tiram yang telah terbukti memiliki nilai gizi yang lengkap dan tinggi.

"Sudah menjadi kebiasaan orang Indonesia, apabila tidak makan nasi mereka belum merasa sudah makan, produk Sego Njamoer menjadi solusi tidak terurnya pola makan konsumen," ungkap salah satu mahasiswa ITS yang merupakan pemenang program PKM-K. Berdasarkan latar belakang tercetusnya ide, segmentasi pasar yang dibidik pada awal usaha ini adalah kalangan mahasiswa. Namun dalam perkembangannya, produk ini ternyata juga memiliki kecocokan dengan segmentasi siswa SD sampai SMA, bahkan masyarakat umum. Respon mereka begitu bagus dibuktikan dengan besarnya pembelian saat Sego Njamoer ikut serta dalam berbagai pameran.

Mendirikan sebuah usaha tak harus bermodalkan uang tapi bisa juga dengan mengandalkan konsep dan kreativitas, dan hal itulah yang sudah dibuktikan oleh Mahendra Ega dan kedua temannya Dega Adi Pratama dan Rizki Yunianto. Mereka yang melahirkan produk Sego Njamoer (nasi jamur), kini telah berhasil

memiliki omzet yang cukup besar. Sebagai gambaran, dalam sebulan mereka bisa menghabiskan dua ton jamur tiram segar dari petani untuk produksi Sego Njamoer. Usaha yang mereka kembangkan ini bermula dari mengikutsertakan diri dalam Program Kreativitas Mahasiswa di kampus Institut Teknologi 10 November Surabaya (ITS), tempat mereka kuliah, pada tahun 2010. Lomba berkelompok di bidang kewirausahaan yang diadakan Dirjen Dikti itu untuk mengasah kreatifitas mahasiswa sebagai bekal kelak bila sudah terjun ke masyarakat. Setelah mendapatkan modal Rp 5 juta, mereka pun segera bereksperimen membuat nasi jamur.

Ide membuat nasi jamur ini datang dari Rizki, yang meniru dari Jepang. Kebetulan, semasa SMA ia pernah berkunjung ke negara matahari terbit itu saat mengikuti program pertukaran pelajar. Di Jepang sudah umum dijual makanan nasi dalam bentuk kemasan instan. Hanya saja di sana nasinya dicampur dengan ikan, bukan jamur. Sementara mereka memilih jamur karena sangat cocok diterapkan di Indonesia, dengan alasan selain rasanya yang enak, harganya pun murah, juga memiliki kandungan protein yang tinggi. Agar kemasan nasi jamur mereka mirip dengan kemasan nasi instan di Jepang, mereka pun sengaja mendatangkan cetakan nasi yang berasal dari Jepang pula. Awalnya, lantaran tidak ada yang paham dengan dunia kuliner, ketika pertama kali merintis usaha nasi jamur, banyak kendala yang mereka hadapi. Sebelum menemukan formula yang cocok, mereka sempat berkali-kali menemui kegagalan dalam bereksperimen. Setelah dua bulan berjalan dan belajar ke sana kemari, barulah mereka bisa menemukan takaran yang pas. Baik teknik memasak maupun bumbu

apa saja yang dibutuhkan agar jamurnya terasa lezat. Kegiatan memproduksi nasi jamur itu mereka lakukan di rumah kontrakan yang mereka tempati bertiga.

Setelah sukses, nasi jamur itu pun mereka coba jual di kampus, terutama saat ada kegiatan. Untuk wadahnya saat itu masih sangat sederhana. Hanya dibungkus dengan kertas biasa. Namun yang menggembirakan, di awal berjualan nasi jamur yang dijual seharga Rp 2000 itu, dalam 10 menit mereka bisa menghabiskan 50 porsi. Menyadari usahanya memiliki prospek baik, mereka kemudian mengajukan lagi untuk mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha dari Dikti, yang setelah berhasil disetujui mereka akhirnya mendapatkan modal sebesar Rp 23 juta. Setelah uang itu cair, mereka langsung menggunakannya untuk membeli perlengkapan, mulai dari booth, memesan cetakan dari Jepang, membuat desain kemasan, sampai perlengkapan dapur dan membayar karyawan.

Kini kemasan Sego Njamoer sudah mengalami perubahan. Semula, nasi yang tengahnya diberi jamur ini hanya dibungkus kertas biasa, kemudian dipermanis. Nasi jamur seberat 115 gram itu dipres dalam cetakan sampai padat, kemudian dimasukkan ke dalam kertas yang sudah diberi label. Pada awal usaha berdiri, dalam sebulan mereka menghabiskan sekitar 200 kilogram jamur tiram yang diambil dari Mojokerto. Tapi jumlah itu semakin hari semakin meningkat bersamaan dengan lokasi penjualan yang semakin meluas. Semula, yang mereka hanya menjual di lingkungan kampus ITS, kemudian mulai berekspansi dengan menyewa tempat di berbagai perguruan tinggi di Surabaya, seperti Unair, Unesa, Stikom Surabaya, serta Ubaya. Bukan selain Surabaya, kini mereka juga sudah mulai merambah wilayah Mojokerto, Sidoarjo, Jogjakarta, Malang, dan Madiun. Kendati saat ini booth SEGO NJAMOER juga sudah ada di beberapa mini

market, namun mereka tetap berkonsentrasi untuk berjualan yang utama di kawasan kampus. Lantaran pembeli di kampus nyaris tak pernah habis dan terus berkelanjutan, mengingat setiap tahun selalu ada mahasiswa baru.

Bersamaan dengan meningkatnya omzet, mereka pun juga mulai berinovasi dalam produk. Sego Njamoer yang semula hanya punya satu rasa, kini sudah ada tiga varian rasa. Ada rasa original, nasi uduk jamur, dan nasi merah jamur. Untuk yang beras merah harganya jelas lebih mahal, yaitu seporsi Rp 5000. Sedangkan yang lainnya antara Rp 3.500 sampai Rp 4000. Dengan jumlah total 22 booth yang tersebar di sekitar Surabaya dan Jawa Timur itu, sembilan di antaranya milik mereka sendiri dan yang lainnya diwaralabakan ke pihak lain. Namun untuk sistem waralaba mereka tidak menerapkan waralaba murni, karena bila ada orang lain yang berminat membuka booth Sego Njamoer cukup membayar Rp 12 juta untuk membeli semua perlengkapan, dari mulai booth, hingga teknik memasak dan memasarkannya, tanpa harus memberi persentase penghasilan lagi, kecuali untuk yang membeli bahan dari mereka. Dengan usaha mereka menciptakan produk Sego Njamoer, mereka pernah keluar sebagai juara dua dalam Pekan Mahasiswa Nasional, serta juara lain di berbagai lomba bidang kewirausahaan. Namun kesuksesan itu tidak lantas membuat mereka sudah puas dengan hanya membuat nasi jamur saja. Mereka pun terus berusaha mencari ide lain yang bisa dikembangkan, dan kini sudah ada beberapa yang masuk tahap uji coba. Di bawah ini merupakan daftar outlet Sego Njamoer yang tersebar di seluruh daerah di Indonesia. Tabel 2.1 di bawah ini adalah daftar outlet CV. Sego Njamoer.

Tabel 2.1. Daftar Outlet CV. Sego Njamoer

| NO | TEMPAT | KOTA | ALAMAT |
|----|-------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | BEM FTI | SURABAYA | Sekretariat BEM FTI Kampus ITS |
| 2 | Kantin Pusat ITS | SURABAYA | Kantin Pusat ITS Surabaya |
| 3 | Ria | SURABAYA | Ria Swalayan Keputih - Area Kampus ITS |
| 4 | Sakinah | SURABAYA | Sakinah Swalayan Keputih - Area Kampus ITS |
| 5 | Gebang Wetan | SURABAYA | Gebang Wetan no 2B |
| 6 | Despro ITS | SURABAYA | Kantin Despro ITS |
| 7 | UPN | SURABAYA | Kantin UPN Veteran Surabaya |
| 8 | Unair C FST | SURABAYA | kantin Kampus UNAIR C |
| 9 | Unesa | SURABAYA | Ketintang Timur PTT V(Pintu masuk gerbang UNESA) |
| 10 | Ubaya | SURABAYA | Kantin Mitra (samping fotokopi), Kampus UBAYA |
| 11 | Perak barunawati | SURABAYA | kantin komplek Sekolah Barunawati, Perak, Surabaya jl. Perak barat no.173 |
| 12 | Indomaret jojoran | SURABAYA | jl.jojoran gang 1, sebelah kiri indomart (depan jalan raya) |
| 13 | Aiola | SURABAYA | Aiola Surabaya dekat SmAn 5 komplek surabaya jl. Slamet no.16 surabaya |
| 14 | Bentar Waru | SIDOARJO | Jalan cendrawasih waru sidoarjo/jl. Brigjend katamso |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|-----------------------|-------------|-----------------------------------------------------------|
| | | | perum rewwin samping toko bentar |
| 15 | superindo semolo | SURABAYA | Jalan nginden semolo , Superindo |
| 16 | Stikom | SURABAYA | Kantin Kampus STIKOM |
| 17 | PENS | SURABAYA | Kantin Kampus PENS - Politeknik Elektro Negeri Surabaya |
| 18 | Kantin SI | SURABAYA | Kantin Sistem Informasi ITS |
| 19 | Gresik | GRESIK | jalan Amuntai Depan SD Muhammadiyah manyar gresik |
| 20 | Probolinggo | PROBOLINGGO | jalan Ahmad Yani no.2 Lanjutan Tabel 2.1 |
| 21 | ITB | BANDUNG | Institut Teknologi Bandung Lanjutan Tabel 2.1 |
| 22 | Kediri | KEDIRI | Jl. KH Ahmad dahlan 65. Depan kampus UNP Kediri |
| 23 | lamongan | LAMONGAN | dpan alfamidi jln veteran (depan SMAN 1Lamongan) |
| 24 | Kemang Pratama bekasi | BEKASI | HERO Kemang Pratama, Bekasi |
| 25 | FIA UB | MALANG | Kantin Kampus FIA UB |
| 26 | Sigura-gura | MALANG | Jalan Sigura-gura No.8 |
| 27 | FK UGM | YOGYAKARTA | Depan Bursa FK UGM |
| 28 | Psikologi UGM | YOGYAKARTA | Kantin Psikologi UGM |
| 29 | Stikes Mojokerto | MOJOKERTO | STIKES Bina Sehat PPNI Mojokerto/jl. Raya jabon mojoanyar |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|-----------|--------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 30 | SMAN 1 Sooko | MOJOKERTO | Depan KOPSIS SMAN 1 Sooko |
| 31 | Prasetya Mulya tangerang | TANGERANG | di internal kampus prastyamulya business school |
| 32 | khodijah sby | SURABAYA | dalam kantin khodijah sby |
| 33 | unair c dharmawanita | SURABAYA | kantin DWP Kampus C Unair, sebelah Rektorat Unair |
| 34 | cilacap | CILACAP | Jl. Cerme Cilacap |
| 35 | wadung asri | SURABAYA | jl. Wadung asri, sebelah superindo surabaya, |
| 36 | Unair A | SURABAYA | Medical Cafe,Fakultas Kedokteran Unair A, Jl. Mayjen Prof. Dr. Moestopo No. 47 Surabaya atau di depan RS. Dr. Soetomo Surabaya. |
| 37 | Untar 2 | JAKARTA BARAT | Jl. Tanjung Duren Raya No. 1 Tanjung Duren Jakarta Barat |
| 38 | Bunda Mulia | JAKARTA UTARA | Jl. Lodan Raya no.2 Jakarta Utara |
| 39 | Tropodo | SIDOARJO | Indomaret JL. Raya Wisma Tropodo, No. Aa/01, Waru, Sidoarjo |
| 40 | Suhat Malang | MALANG | jalan dewandaru 19F (ruko) daerah soekarno hatta |
| 41 | UNTAR | JAKARTA BARAT | UNTAR gedung baru, hallway D'Cantina |
| 42 | SMA 15 | SURABAYA | Jl. Menanggal Utara no.4 , depan SMA 15 Surabaya |
| 43 | Sinlui | SURABAYA | di Kantin Perpus SMAK St Louis, Jalan Polisi Istimewa No. 7 Surabaya |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|-----------|-------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 44 | Kraksaan | PROBOLINGGO | Jl. Mayjen panjaitan no.8 Kraksaan Depan SD Katholik Probolinggo |
| 45 | Ketintang | SURABAYA | samping kampus Magistra Utama, jalan raya ketintang 189 Surabaya |
| 46 | Ciputra | SURABAYA | dikantin kampus UC- Universitas Ciputra UC Town, Citraland, Surabaya 60219 |
| 47 | Maranatha Bandung | BANDUNG | di Pujasera Pondok Bambu, Jalan Suraya Sumantri no.72a, Bandung (Dekat Universitas Maranatha) |
| 48 | UMM Malang | MALANG | Kantin 3,5 UMM Kampus 3, Malang |
| 49 | Unair B | SURABAYA | Kampus B Unair - Area Kantin Parkir FEB (Samping BEM FH) |
| 50 | Al Falah | SURABAYA | Jl. Taman Mayangkara No 2 Surabaya (Sebelah SD Al Falah Surabaya) |

(Sumber: Olahan Penulis)

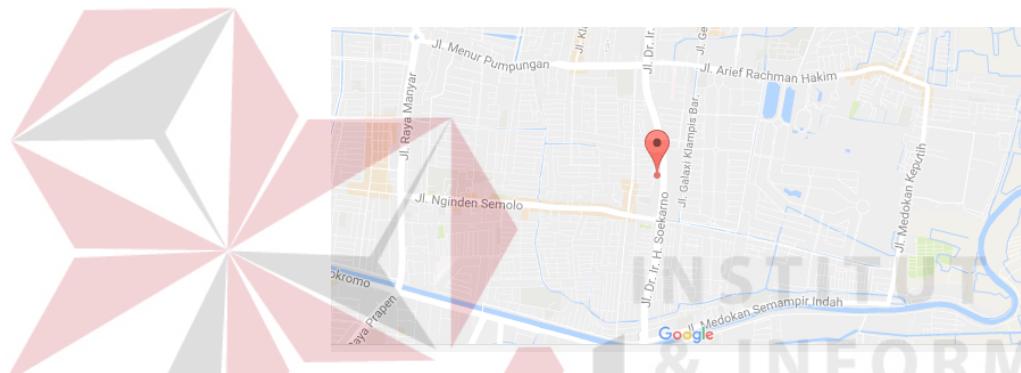
2.5.3 Overview Instansi

Dalam melakukan sebuah kerja praktik, sangat penting sekali dalam mengenal sebuah lingkungan dari perusahaan/instansi tersebut. Baik dari segi perorangan hingga dari segi lingkungan disekitar perusahaan/instansi. Karena ini akan sangat dibutuhkan ketika melakukan masa kerja. CV Sego Njamoe mempunyai kantor yang berada di Jalan Klampis Semolo Timur XII Nomor 2. Gambar 2.1 di bawah merupakan logo dari perusahaan Sego Njamoe.



Gambar 2.1. Logo Sego Njamoer
(Sumber: segonjamoer.com)

Lokasi kantor Sego Njamoer sangat dekat dengan kampus Stikom Surabaya, pada gambar 2.2 merupakan peta lokasi kantor Sego Njamoer yang dilihat melalui Google Maps.

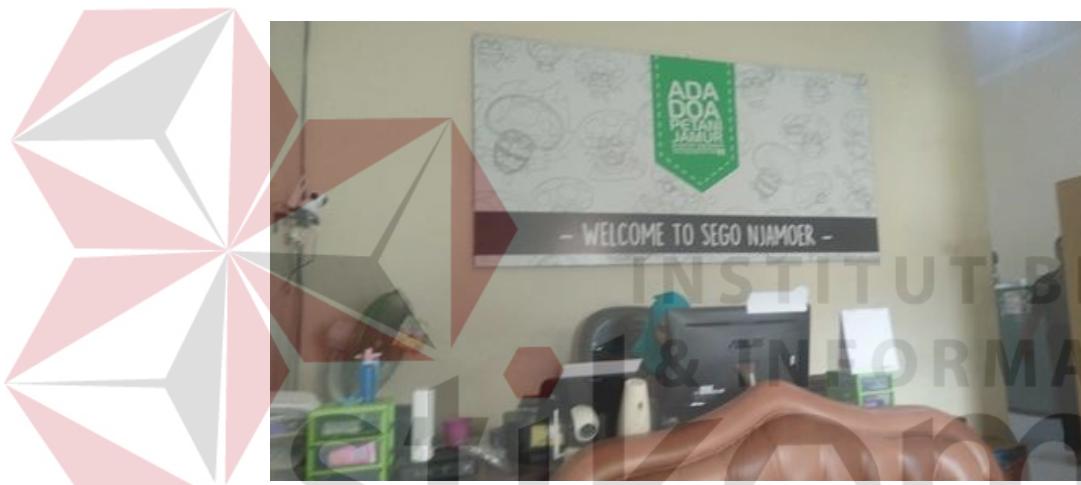


Gambar 2.2. Peta Lokasi CV Sego Njamoer Surabaya
(Sumber: www.maps.google.com)



Gambar 2.3. Salah Satu Outlet Sego Njamoer
(Sumber: Olahan Penulis)

Gambar 2.3 di atas merupakan salah satu outlet Sego Njamoer. Desain *booth* yang digunakan sangat sederhana namun menarik, dengan kombinasi warna hijau muda yang mendominasi membuat desain *booth* Sego Njamoer memiliki daya tarik yang mampu menjadi *point of interest* sebagai sebuah produk. Di bagian bawah *booth*, terdapat *tagline* Sego Njamoer “Ada Doa petani Jamur Di Setiap Gigitannya”. Gambar 2.4 di bawah merupakan ruang kerja perusahaan Sego Njamoer yang digunakan penulis untuk menyelesaikan proyek Kerja Praktik.



Gambar 2.4. Kantor Sego Njamoer
(Sumber: Olahan Penulis)

2.6 Promosi

Menurut Elex Media (2005: xi) pengertian Program Promosi penjualan sangat penting karena merupakan bagian yang tak terpisahkan dari *marketing plan* perusahaan. Tujuan dibuatnya program promosi penjualan bagi suatu perusahaan sudah pasti adalah untuk mendapatkan pedoman tentang cara suatu perusahaan mencapai tujuan/target bisninsnya.

2.7 Tahapan Pembuatan Game

Berikut merupakan tahap – tahap membuat game menurut Wicak (2013) yaitu:

1. Tahap Riset dan penyusunan Konsep Dasar

Pada tahap ini ide dasar, objektif, tema, terget audience, teknologi, media (platform), serta berbagai batasan lain dirumuskan. Tahapan riset ini menjadi sebuah tahapan krusial, berbagai elemen dasar dari sebuah game disusun di sini.

2. Perumusan Gameplay

Pada tahap ini para game designer merumuskan gameplay/gamemechanic yang akan digunakan dalam sebuah game. Gameplay adalah pola, aturan, atau mekanisme yang mengatur bagaimana proses interaksi pemain dengan game yang diciptakan. Gameplay ini juga mengatur bagaimana seorang pemain bisa memenuhi objektif dari game dan mendapatkan pengalaman bermain yang menyenangkan.

3. Penyusunan Asset dan Level design

Tahapan ini fokus pada penyusunan konsep dari semua karakter serta asset (termasuk suara/musik) yang diperlukan. Pada saat yang sama tim juga mulai melakukan level design atau pengelompokan tingkat kesulitan serta berbagai asset yang tepat pada tiap level (jika ada lebih dari 1 level) agar game tersebut bisa menghadirkan pengalaman bermain yang optimal.

4. Test Play (Prototyping)

Pada tahapan ini sebuah prototype/dummy dihadirkan untuk menguji gameplay serta berbagai konsep yang telah tersusun, baik dalam tiap level maupun secara keseluruhan, serta melakukan berbagai perbaikan yang

diperlukan. Tahapan ini juga berfungsi untuk memberikan gambaran lengkap bagi seluruh tim, sehingga bisa memudahkan proses pengembangan selanjutnya.

5. Development

Pada tahap ini seluruh konsep (karakter dan asset) yang sebelumnya telah tersusun mulai dikembangkan secara penuh, game engine mulai dikembangkan, dan semua elemen mulai dipadukan.

6. Alpha/closse beta Test (UX – Initial Balancing)

Fokus utama pada tahap ini adalah untuk mengetahui apakah semua komponen utama dari game telah mampu memberikan user experience seperti yang diharapkan sekaligus juga untuk mendeteksi adanya masalah teknis yang belum terdeteksi pada tahapan sebelumnya.

7. Rilis

Pada tahap ini game sudah siap untuk dirilis dan diperkenalkan pada target pemainnya. Ketika sebuah game telah dirilis untuk publik bukan berarti proses pengembangan selesai mereka umumnya terus dioptimalkan/diupdate. Hal ini untuk memastikan bahwa game yang dihadirkan benar-benar mampu memberikan pengalaman bermain yang maksimal.