TUGAS AKHIR - DV 184801

PERANCANGAN MOBILE GAME UNTUK MEMPERKENALKAN IKON KULINER NASIONAL NUSANTARA

KIREINA AISYAH ZAMEIRA MEDRILZAM
08311640000003

Dosen Pembimbing
Didit Prasetyo, S.T., M.T.
NIP. 19860112 201504 1002

DEPARTEMEN DESAIN PRODUK - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
2020

FINAL PROJECT - DV 184801

MOBILE GAME DESIGN TO INTRODUCE NATIONAL NUSANTARA CULINARY ICON

KIREINA AISYAH ZAMEIRA MEDRILZAM
08311640000003

Counsellor
Didit Prasetyo, S.T., M.T.
NIP. 19860112 201504 1002

DESIGN PRODUCT DEPARTMENT - VISUAL COMMUNICATION DESIGN
FACULTY OF CREATIVE DESIGN AND DIGITAL BUSINESS
SEPULUH NOPEMBER INSTITUE OF TECHNOLOGY
2020

Halaman ini sengaja dikosongkan

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN MOBILE GAME UNTUK MEMPERKENALKAN IKON KULINER NASIONAL NUSANTARA

TUGAS AKHIR / DV 184801

Disusun untuk Memenuhi Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds)

Pada

Program Studi S-1 Desain Produk - Desain Komunikasi Visual

Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

Kireina Aisyah Zameira Medrilzam

NRP. 08311640000003

Surabaya, 24 Agustus 2020

Periode Wisuda 122

Mengetahui, Kepala Departemen Desain Produk	Disetujui, Dosen Pembimbing
KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL DEPARTEMEN DESAIN PRODUK	Didit Prasetyo
Bambang Tristiyono, ST., MSi.	**Didit Prasetyo, S.T., M.T.**
NIP. 197007031997021001	**NIP. 19860112 201504 1002**

Halaman ini sengaja dikosongkan

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya Mahasiswa Departemen Desain Produk – Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, dengan identitas:

Nama : **Kireina Aisyah Zameira Medrilzam**
NRP : **08311640000003**

Dengan ini menyatakan bahwa laporan tugas akhir yang saya buat dengan judul **"PERANCANGAN MOBILE GAME UNTUK MEMPERKENALKAN IKON KULINER NASIONAL NUSANTARA"** adalah:

1. Orisinil dan bukan merupakan duplikasi karya tulis maupun karya gambar atau sketsa yang sudah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan atau tugas-tugas kulian lain baik di lingkungan ITS, Universitas lain ataupun lembaga lain, kecuali pada bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai kutipan atau referensi atau acuan dengan cara yang semestinya.
2. Laporan yang berisi karya tulis dan karya gambar atay sketsa yang dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan data hasil pelaksanaan riset.

Demikian perntayaan ini saya buat dan jika terbukti memenuhi persyaratan yang telah saya nyatakan di atas, maka saya bersedia apabila laporan tugas akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 24 Agustus 2020
Yang membuat pernyataan

Kireina Aisyah Zameira Medrilzam
08311640000003

Halaman ini sengaja dikosongkan

PERANCANGAN *MOBILE GAME* UNTUK MEMPERKENALKAN IKON KULINER NASIONAL NUSANTARA

Kireina Aisyah Z.M

08311640000003

Departemen Desain Komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Surabaya

ABSTRAK

Pada tahun 2018, Kementrian Pariwisata mengkerucutkan 30 ikon kuliner ,yang di canangkan pada tahun 2012, menjadi 5 makanan nasional sebagai lokomotif promosi kuliner Indonesia ke mancanegara. Fenomena berikut merupakan fenomena yang baru dan belum banyak di ketahui oleh masyarakat Indonesia. Perancangan Mobile Game mengenai makanan nasional bertujuan untuk memperkenalkan ke 5 makanan yang sekarang menjadi identitas kuliner Indonesia kepada generasi muda, dari segi cara memasak dan sejarah dari makanan tersebut. Mobile game dengan tema makanan atau masak memasak memiliki pasar yang stabil selama bertahun-tahun, sehingga berpotensi untuk menyampaikan topik yang di angkat kepada target audien secara luas.

Perancangan *Mobile Game* ini di lakukan dengan metode riset antara lain studi eksperimental untuk menentukan gameplay, depth interview dengan praktisi *Mobile Game*, serta pemerhati kuliner dari Kementrian Pariwisata , prototyping untuk membuat game, serta playtesting pada praktisi Mobile Game serta target audien. Seluruh hasil penelitian akan di rumuskan menjadi konsep desain dan konsep gameplay.

Konsep gameplay secara garis besar bertema “know your local cuisine” dimana pemain tidak hanya mengenal apa saja makanan nasional yang di angkat . namun juga mengenal latar belakang cerita dari kuliner tersebut. Di harapkan dengan adanya Mobile Game berikut, ikon kuliner Indonesia dapat lebih di kenal di Indonesia dan di mancanegara.

Kata Kunci: Mobile Game, Kuliner, Ikon Kuliner

MOBILE GAME DESIGN TO INTRODUCE NATIONAL NUSANTARA CULINARY ICON

Kireina Aisyah Z.M

08311640000003

Industrial Design Programme – Visual Communication Design

Faculty of Creative Design and Business Digital

Sepuluh Nopember Institute of Technology

ABSTRACT

In 2018, the Ministry of Tourism pursued 30 culinary icons, which were planned in 2012, to become 5 national foods as a locomotive for Indonesian culinary promotions to foreign countries. The following phenomenon is a new phenomenon and is not widely known by the people of Indonesia. The design of the Mobile Game on national food aims to introduce the 5 foods that are now Indonesian culinary identities to the younger generation, in terms of how to cook and the history of the food. Mobile games with the theme of food or cooking have a stable market for years, so it has the potential to deliver topics raised to a broad target audience.

The design of the Mobile Game was carried out with research methods including experimental studies to determine gameplay, depth interviews with Mobile Game practitioners, as well as culinary observers from the Ministry of Tourism, prototyping to make games, and playtesting on Mobile Game practitioners and target audiences. All research results will be formulated into design concepts and gameplay concepts.

The gameplay concept is broadly themed "know your local cuisine" where players don't only know what national food is being raised. but also know the background story of the culinary. It is expected that with the following Mobile Games, Indonesian culinary icons can be better known in Indonesia and abroad.

Keywords: Mobile Games, Culinary, Culinary Icons

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmatnya, tugas akhir dengan judul "PERANCANGAN MOBILE GAME UNTUK MEMPERKENALKAN IKON KULINER NASIONAL NUSANTARA" dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Pada kesempatan kali ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Orang tua, yang selalu mendukung dan mendoakan atas kelancaran dari perancangan tugas akhir yang penulis lakukan.

2. Ibu Vita Datau, Mas Bayu Nugroho, Mas Hironimus Ryan, dan Bapak Suryanto , yang sudah memberikan data dan saran yang membangun untuk penulis dapat menyelesaikan perancangan ini dengan lancar.

3. Dosen pembimbing Bapak Didit Prasetyo, ST., MT, dosen pembimbing konseptual Sayatman, S.Sn., M.Si, dan Dosen penguji Nurina Orta Darmawati, ST,M.Ds, serta Bapak Denny Indrayana Setyadi, ST, MDs dan Ibu Octaviyanti Dwi Wahyurini,ST, MAppDesArt.,Ph.D atas bimbingan, saran dan kritikan yang sangat membangun, baik untuk keperluan perancangan maupun untuk bekal di masa depan.

4. Via Bella Saffana, Syifa Fauziah Nurvita Isnaeni, Richardo Hamonangan, Lifia Redinsya, Ratna Murniati, Denny Elang, dan para sahabat, kerabat yang tidak dapat kami tuliskan satu – persatu yang sudah membantu banyak untuk kelancaran perancangan ini.

5. Seluruh dosen dan karyawan Desain ITS.

Demikian Laporan Tugas Akhir ini telah disusun, penulis berharap semoga dapat membawa manfaat baik bagi penulis maupun pembaca. Kritik dan Saran sangat diharapkan untuk perbaikan laporan ke depannya.

Surabaya, 24 Agustus 2020

Kireina Aisyah Zameira Medrilzam

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN iii
PERNYATAAN KEASLIAN v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
KATA PENGANTAR ix
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 6
1.3 Rumusan Masalah 6
1.4 Tujuan Perancangan 6
1.5 Batasan Masalah 6
1.6 Manfaat 7
BAB 2 8
TINJAUAN PUSTAKA 8
2.1 Tinjauan Hasil Riset san Desain Terdahulu 8
2.1.1 Studi Produk Sejenis Terbaik 8
2.2 Elemen Visual pada Mobile Game 13
2.2.1 Warna 13
2.2.2 Ilustrasi 14
2.3 Segmentasi 16
2.4 Genre Game Mobile 20
2.5 Game Balance 20
2.6 Mobile Game Component 22
2.7 Game Design 25
2.8 Kuliner Tradisional 26
2.9 Makanan Nasional 26
2.10 Restoran 41

BAB 3 45
METODE PENELITIAN 45
3.1 Diagram Alur Perancangan 45
3.2 Rancangan Riset 46
3.2.1 Studi Eksperimental 1 46
3.2.2 Observasi 1 46
3.2.4 Studi Eksperimental 2 49
3.2.5 Depth Interview 2 49
3.2.6 Studi Eksperimental 3 50
3.2.7 Observasi 2 51
3.2.8 Studi Eksperimental 4 51
3.2.9 Depth Interview 3 52
3.2.10 Studi Eksperimental 5 53
3.2.11 Depth Interview 5 53
3.2.12 Prototyping 54
3.2.13 Testplay 54
3.2.14 Kuesioner Post-Test 55
3.3 Metode Riset 57
3.3.1 Depth Interview 57
3.3.2 Kuesioner 57
3.3.3 Studi Literasi 58
3.3.4 Metode Perancangan 58
3.3.5 Penentuan Genre 59
3.3.6 Perancangan Gameplay 59
3.3.7 Level Desain 59
3.3.8 Prototype Sederhana (Perancangan Dummy) 59
3.3.9 Pemilihan Gaya Visual 60
3.3.10 Level Balancing 60
3.3.11 User Testing 60
3.3.8 Feedback 60
3.4 Jadwal Pelaksanaan penletian 60

Tabel 3.15 Timeline Penelitian 60
BAB 4 61
ANALISA PENELITIAN 61
4.1 Hasil Penggalian Data 61
4.1.1 Studi Eksperimental 61
4.1.2 Depth Interview 1 66
Tabel 4.1 Depth Interview 1 66
4.1.3 Depth Interview 2 70
Tabel 4.2 Depth Interview 2 70
4.1.4 Depth Interview 3 75
Tabel 4.3 Depth Interview 3 75
4.2 Studi Visual 77
4.2.1 Visualisasi Tahapan memasak Nasi Goreng 77
4.2.2 Visualisasi Tahapan Memasak Nasi Goreng 79
4.3 Hasil Kuesioner 81
Tabel 4.4 Hasil Post-Test 1 85
Tabel 4.5 Hasil Post-Test 2 86
Tabel 4.6 Hasil Post-Test 3 88
BAB 5 89
KONSEP DESAIN 89
5.1 Konsep Desain 89
5.2 Luaran Desain 90
5.3 Kriteria Desain 90
5.4 Wireframe 93
5.4.1 Halaman Home 94
5.4.2 Halaman Buku Resep 95
5.4.3 Halaman "*Cashier*" 95
5.4.4 Halaman "*Kitchen*" 97
5.4.5 Halaman "*Shop*" 98
5.4.6 Halaman *ñ S e t t...i..n..g..s..ò* 99
5.4.7 Halaman *ñ R e c e..i..p..t..ò* 100

5.5 Alur Permainan Keseluruhan 101
5.5.1 Garis Besar Permainan..... 101
5.5.2 Mekanika Permainan 102
5.5.3 Basic Balancing 103
5.5.4 UI dan UX..... 105
5.5.5 Penceritaan..... 106
5.6 Desain 109
5.6.1 Pemilihan Warna..... 109
5.6.2 Font 110
5.6.3 Desain Logo Game 110
5.6.4 Desain Ikon Aplikasi 111
5.6.5 Desain UI 112
5.6.6 Character Design..... 113
5.6.7 Desain Splash Screen..... 116
5.6.8 Desain Home..... 117
5.6.9 Desain Setting 119
5.6.10 Desain Front Desk 119
5.6.11 Desain Dapur 121
5.6.12 Desain Level Tutorial 125
5.6.13 Desain Cooking Book..... 128
5.6.14 Desain Receipt 129
5.6.15 Desain Shop 130
5.6.16 Ikon Makanan 132
5.6.17 Desain Makanan Indonesia dalam Menu Book 133
5.6.18 Desain Visual Makanan Nasi Goreng..... 133
5.6.19 Desain Visual Makanan Rendang..... 134
5.6.20 Desain Visual Makanan Nasional: Sate Ayam 134
5.6.21 Desain Visual Makanan Nasional: Gado Gado 135
5.6.22 Desain Visual Makanan Nasional: Soto Ayam..... 135
5.7 Perhitungan RAB 136
5.7.1 Tahapan Produksi 136

5.7.2 Workflow 137
Tabel 5.8 Workflow 137
BAB VI 140
KESIMPULAN 140
6.1 Kesimpulan 140
6.2 Saran 141
DAFTAR PUSTAKA 143
LAMPIRAN 145
PROFIL PENULIS 152

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Cooking Frenzy: Madness Crazy…… 4

Gambar 1.2 India Cooking Star : Chef Restaurant Cooking ……. 5

Gambar 2.1 Cooking Mama Let's Cook …… 8

Gambar 2.2 Control Movement ……. 9

Gambar 2.3 Menu Layout Cooking Mama let's Cook …….. 10

Gambar 2.4 Mekanik (a) …… 10

Gambar 2.5 Mekanik (b ……. 11

Gambar 2.6 Game Cooking Madness …… 12

Gambar 2.7 In-Game Cooking Madness ……... 12

Gambar 2.8 Palet Warna yang digunakan ……. 14

Gambar 2.9 Animasi Studio Ghibli : Ponyo …….. 15

Gambar 2.10 Animasi Studio Ghibli: Howl's Moving Castle ……... 15

Gambar 2.11 The New Breed Of Game Enthusiast ……... 16

Gambar 2.12 Tabel perbandingan minat bermain game antara laki laki dan perempuan …….. 18

Gambar 2.13 Mobile Game Learning Kategori ……. 19

Gambar 2.14 Elemental Tetrad ……. 24

Gambar 2.15 Buku Ikon Kuliner Nasional Nusantata ……... 26

Gambar 2.16 Nasi Goreng Kampung ……. 27

Gambar 2.17 Rendang Padang ……... 29

Gambar 2.18 Gado gado …… 33

Gambar 2.19 Soto Ayam …… 36

Gambar 2.20 Sate Ayam …… 38

Gambar2.21 Denah Dapur Hotel Gandasari Anggrek ……... 42

Gambar 2.22 Denah Dapur Hotel Gandasari Anggrek Keseluruhan …… 43

Gambar 3.1 Diagram Alur Perancangan …… 60

Gambar 4.1 Alternatif 1 ……. 62

Gambar 4.2 Alternatif 2 ……. 64

Gambar 4.3 Alternatif 3 ……. 66

Gambar 4.4 Interview dengan 2D artist Gambir Studio, Bayu Nugroho …... 66
Gambar 4.5 Interview dengan programmer Gambir Studio, Muhammad Gyan …….. 67
Gambar 4.6 Interview dengan 2d artist Gambir Studio, Hironimus Ryan … 67
Gambar 4.7 Hasil Wawancara melalui email …… 70
Gambar 4.8 Ibu Vita Datau …… 70
Gambar 4.9 Head Chef Suryanto Hotel All Sedayu …….. 75
Gambar 4.10 Nasi Goreng Kampung ……. 76
Gambar 4.11 Topping dari nasi goreng kampung ……. 77
Gambar 4.12 Dokumentasi memasak nasi goreng ……. 77
Gambar 4.13 Dokumentasi bahan bahan yang sudah di potong (cabai dan daun bawang) ……. 78
Gambar 4.14 Dokumentasi bahan bahan yang sudah di potong bawang merah ……. 78
Gambar 4. 15 Foto bahan bahan yang di potong (daun bawang) ……..... 79
Gambar 4.16 Tahapan mencampur telur ke bahan bahan yang telah di campur …… 79
Gambar 4.17 Tahapn memasukan nasi ke dalam campuran bumbu …….. 79
Gambar 4.18 Tahapan ketika nasi goreng sudah siap untuk di plating ……. 80
Gambar 4.19 Diagram mengenai makanan Indonesia yang pernah di coba oleh responden ……... 80
Gambar 4.20 Diagram mengenai tingkat ke familiaran responden terhadap bahan dan makanan “Nasi Goreng” …….. 81
Gambar 4.21 Diagram mengenai tingkat ke familiaran responden terhadap bahan dan ke 4 makanan lainnya ……... 81
Gambar 4.22 Kuesioner mengenai Layout Game …….. 81
Gambar 4.23 Hasil Layout yang terpilih …… 82
Gambar 4.24 Kuesioner mengenai gaya visual game …… 82
Gambar 4.25 Style 3 …….. 83
Gambar 4.26 Kuesioner mengenai ilustrasi makanan …… 83
Gambar 4.27 Style “Ghibli” ……... 84

Gamnar 4.28 Hasil Kuesioner Post Test …… 89
Gambar 5.1 Diagram Kriteria Desain …… 90
Gambar 5.2 Bagan Keyword ……. 91
Gambar 5.3 Gambar produk Sasa pada game Bubur Ayam Express …… 92
Gambar 5.4 Arsitektur Informasi …….. 92
Gambar 5.5 Alur Menuju Splash Screen ……... 93
Gambar 5.6 Halaman Home …….. 93
Gambar 5.7 Fitur Buku Resep ……... 94
Gambar 5.8 Alur ke Halaman “Cashier” ……... 94
Gambar 5.9 Deskripsi UI “Cashier” …….. 95
Gambar 5.10 Halaman “Kitchen” …….. 97
Gambar 5.11 Alur dari Home ke Shop …….. 97
Gambar 5.12 Alur dari ‘Cashier’ ke “Kitchen’ ……. 97
Gambar 5.13 Halaman Shop dan deskripsi UI …….. 98
Gambar 5.14 Halaman Settings ……. 99
Gambar 5.15 Halaman Receipt ……. 105
Gambar 5.16 Background Story …… 106
Gambar 5.17 Cerita Slide 1 …… 106
Gambar 5.18 Cerita Slide 2 …… 106
Gambar 5.19 Cerita Slide 3 dan 4 …….. 107
Gambar 5.20 Cerita Slide 5 dan 6 …….. 107
Gambar 5.21 Cerita Slide 7 …… 107
Gambar 5.22 Cerita Slide 8 …… 108
Gambar 5.23 Frame untuk Background Story ……... 108
Gambar 5.24 Color Palette ……. 109
Gambar 5.25 Font AR CENA ……... 109
Gambar 5.26 Logo Game ……... 110
Gambar 5.27 Logo Branding Kementerian Pariwisata …….. 110
Gambar 5.28 Ikon Game …… 112
Gambar 5.29 Karakter Ellie ……... 113
Gambar 5.30 Karakter Rani ……... 113

Gambar 5.31 Karakter Carol …….. 114
Gambar 5.32 Pelanggan yang berubah sesuai dengan mood meter ……... 114
Gambar 5.33 Desain Splash Screen ……... 115
Gambar 5.34 Desain Home …… 116
Gambar 5.35 Desain Home yang telsh diperbarui ……. 116
Gambar 5.36 Referensi ilustrasi background untuk laman Home dan Kasir . 117
Gambar 5.37 Desain Halaman Settings ……. 117
Gambar 5.38 Desain Halaman Kasir ……. 118
Gambar 5.39 Desain Background Halaman Kasir ……. 119
Gambar 5.40 Desain Halaman Kasir setelah di revisi ……... 119
Gambar 5.41 Desain Dapur Lama ……. 120
Gambar 5.42 Desain Dapur setelah Riset ……. 120
Gambar 5.43 Desain Dapur Revisi …… 120
Gambar 5.44 Bagian “Cutting” ……. 120
Gambar 5.45 Bagian “Cooking” …… 121
Gambar 5.46 Bagian “Garnish” ……. 121
Gambar 5.47 Bagian “Serving” …… 123
Gambar 5.48 Grand Design Document untuk halaman “kitchen” …… 124
Gambar 5.49 Tutorial memasak full …….. 124
Gambar 5.50 Pengenalan ……... 124
Gambar 5.51 Step 1 …… 125
Gambar 5.52 Step 2 …… 125
Gambar 5.53 Step 3 …… 125
Gambar 5.54 Step 4 …… 125
Gambar 5.55 Step 5 …… 125
Gambar 5.56 Step 6 …… 125
Gambar 5.57 Step 7 …… 125
Gambar 5.58 Step 8 …… 125
Gambar 5.59 Step 9 …… 125
Gambar 5.60 Step 10 ……. 126
Gambar 5.61 Step 11 ……. 126

Gambar 5.62 Step 12 ……. 126
Gambar 5.63 Step 13 ……. 126
Gambar 5.64 Step 14 ……. 126
Gambar 5.65 End ……... 126
Gambar 5.66 Desain Buku Resep (Tertutup) ……. 127
Gambar 5.67 Desain Buku Resep Terbuka …… 127
Gambar 5.68 Desain Halaman Receipt …….. 128
Gambar 5.69 Grand Design Document untuk Halaman Receipt ……... 129
Gambar 5.70 Desain Halaman "Shop" …….. 129
Gambar 5.71 Grand Design Document untuk Halaman Shop ……... 131
Gambar 5.72 Ilustrasi Nasi Goreng sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional ……. 131
Gambar 5.73 Ilustrasi Rendang sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional 132
Gambar 5.74 Ilustrasi Sate Ayam sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional ……. 132
Gambar 5.75 Ilustrasi Gado gado sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional ……. 132
Gambar 5.76 Ilustrasi Soto Ayam sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional ……. 133

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 8 Persona Game Enthusiast…… 16
Tabel 2.2 Nilai Gizi Nasi Goreng…….. 29
Tabel 2.3 Nilai Gizi Rendang……. 32
Tabel 2.4 Nilai Gizi Gado gado……. 35
Tabel 2.5 Nilai Gizi Soto…… 38
Tabel 2.6 Nilai Gizi Sate Ayam……. 40
Tabel 3.1 Studi Eksperimental 1…… 45
Tabel 3.2 Observasi 1……. 46
Tabel 3.3 Depth Interview 1……... 46
Tabel 3.4 Studi Eksperimental 2……... 48
Tabel 3.5 Studi Eksperimental 3…… 49
Tabel 3.6 Depth Interview 2…….. 50
Tabel 3.7 Observasi 2…… 50
Tabel 3.8 Studi Eksperimental 4…… 51
Tabel 3.9 Depth Interview 3……... 51
Tabel 3.10 Studi Eksperimental 5…….. 52
Tabel 3.11 Depth Interview 5……. 52
Tabel 3.12 Prototyping……... 53
Tabel 3.13 Test-Play…….. 53
Tabel 3.14 Kuesioner Post-Test……. 54
Tabel 3.15 Timeline Penelitian……. 59
Tabel 4.1 Depth Interview 1…….. 65
Tabel 4.2 Depth Interview 2…….. 69
Tabel 4.3 Depth Interview 3…….. 74
Tabel 4.4 Hasil Post-Test 1…….. 75
Tabel 4.5 Hasil Post-Test 2…….. 84
Tabel 4.6 Hasil Post-Test 3…….. 85
Tabel 5.1 Grand Design Documennnt Overview……. 87

Tabel 5.2 Background Story……. 99
Tabel 5.3 Karakter……. 105
Tabel 5.4 Variabel Mood…….. 112
Tabel 5.5 Variabel Mood dan Tips…… 114
Tabel 5.6 Detail dari Desain Dapur…… 115
Tabel 5.7 Tahapan Tutorial Memasak…… 124
Tabel 5.8 Workflow……... 135

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hingga tahun 2012, Indonesia belum memiliki ikon kuliner untuk mewakili masakan Indonesia di mata internasional. Mengacu pada pernyataan Akhyarrudin, selaku Direktur Pengembangan Wisata Minat Khusus, Konvensi, dan Insetif Kemenparekraf, pemerintah dan para professional di bidang kuliner telah mencoba lebih dari 30 tahun untuk membangun *image* kuliner Indonesia secara global[1]. Indonesia memiliki keragaman budaya yang menghasilkan kuliner tradisional sejumlah 5300 jenis makanan[2] Menurut Rencana Pengembangan Kuliner 2015-2019 (2015, p. 17) Dengan banyaknya jumlah kuliner di Indonesia, menjelang akhir tahun 2012, pemerintah akhirnya menetapkan 30 ikon kuliner yang di nilai paling layak mewakili masakan nasional di kancah Internasional.[3]

Pemilihan 30 ikon kuliner melewati seleksi yang kompleks. Dari 70 ikon kuliner yang di ajukan, 30 kuliner terpilih berdasarkan 3 syarat sebagai berikut[4]:

- Kemudahan memperoleh bumbu dan bahan masakan baik dalam negeri, maupun luar negeri
- Kuliner yang di pilih di sukai banyak orang
- Kuliner terpilih memiliki cerita dan cara memasaknya sudah memiliki standarisasi .

Perubahan dalam tata susunan pemerintahan, mengakibatkan program 30 ikon kuliner tidak di lanjutkan seperti semestinya, dan hanya di gunakan sebagai

---

[1] *https://entrepreneur.bisnis.com/read/20130822/263/158136/kuliner-indonesia-potensi-masakan-nusantara-di-pasar-dunia* (Kuliner Indonesia, Potensi Makanan Nusantara di Pasar Dunia, 2013) (Andriani, 2013)

[2] *https://jakarta.tribunnews.com/2019/07/27/mulut-awal-ketahanan-nasional-ini-penjelasan-am-putut-prabantoro?page=all* (Mulut Awal Ketahanan Nasional, Ini Penjelasan AM Putut Prabantoro). (Gustaman, 2019)

[3] Buku (Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019) (Mandra Lazuardi, Mochamad Sandy Triady, 2015) p.17

[4] (Ini Dia 30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia !) (Odi, 2012)

standarisasi internasional [5]. Untuk memfokuskan kuliner Indonesia yang beraneka ragam, maka Tim Percepatan Kuliner dan Pariwisata menyeleksi 5 makanan nasional sebagai lokomotif promosi untuk memperkenalkan kuliner Indonesia di mata dunia, dengan syarat makanan nasional tersebut dapat ditemui di restoran Indonesia yang ada di luar negeri. 5 makanan tersebut berupa: Nasi Goreng, Sate, Soto, Rendang dan Gado-gado [6] .

Kuliner Indonesia perlu dipromosikan secara masif karena banyaknya kompetitor dari kuliner negara lain yang lebih diminati oleh generasi muda Indonesia[7]. Menurut Nahdah dan Angela (2017, p. 7), Fenomena tersebut terjadi akibat pandangan generasi muda terhadap kuliner nusantara sebagai budaya yang lampau dan kurang bergengsi.

Kuliner Indonesia sudah di promosikan secara offline dan online. Peran teknologi memudahkan kuliner Indonesia untuk dikenal di mata nasional maupun internasional (Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019, 2015, p. 17). Menciptakan komunitas kuliner merupakan bagian dari pelestarian dan promosi kuliner Indonesia, seperti komunitas "Aku Cinta Masakan Indonesia" (ACMI) yang di dirikan oleh pecinta kuliner, Santhi Serad dan pakar kuliner, William Wongso. Komunitas berikut membentuk kegiatan seperti klinik memasak, dimana peserta dapat memasak langsung bersama William Wongso, dan program Diplomasi Kuliner, dimana komunitas ACMI memperkenalan kuliner Indonesia ke mancanegara[8]. Mempromosikan kuliner Indonesia juga sudah di lakukan dari awal tahun 2000 menggunakan media digital seperti Televisi yang menyiarkan program kuliner dari acara memasak hingga kompetisi memasak. Contohnya seperti program acara televisi "Maknyus" yang di bawakan

---

[5] *https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150424110406-262-48939/ke-mana-30-ikon-kuliner-tradisional-indonesia-sekarang* (Ke Mana '30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia' Sekarang?) (Windratie, 2015)

[6] *https://www.suara.com/lifestyle/2019/02/21/081500/kemenpar-tetapkan-5-makanan-nasional-yang-otentik-indonesia?page=all* (Ade Indra Kusuma, 2019) (Kemenpar Tetapkan 5 Makanan Nasional yang Otentik Indonesia)

[7] https://travel.kompas.com/read/2015/12/13/093100427/Ini.Cara.Membangkitkan.Kuliner.Indonesia.yang.Nyaris.Punah (Ini Cara Membangkitkan Kuliner Indonesia yang Nyaris Punah) (J, 2015)

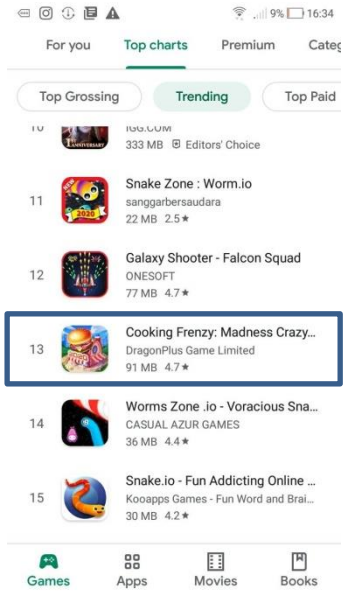
[8] https://beritagar.id/index.php/artikel/kuliner/merawat-kuliner-indonesia-ala-acmi (Merawat Kuliner Indonesia ala ACMI) (Silaen, 2015)

oleh Bondan Winarno pada tahun 2005 (Mandra Lazuardi, Mochamad Sandy Triady, 2015).

Berperannya teknologi dalam memperkenalkan makanan juga sangat signifikan, semakin mudahnya persebaran perkembangan teknologi, masyarakat menjadi terbiasa dengan keberadaan media-media digital[9]. Menurut Chester dan Montgomery (2007;2008, pp. A-19), cara untuk memasarkan brand makanan dan minuman kepada anak anak salah satunya adalah dengan *in-game advertising* atau *ó g a-m e r t i s i n g ô* dimana perusahaan mencoba untuk menempatkan produk mereka dalam game sehingga terbentuk hubungan yang berkelanjutan antara pemain dan brand. Menurut penelitain dari Tawer (2017, p. 1) , peran aplikasi kuliner yang interaktif dapat menarik minat anak terhadap kegiatan masak memasak dibandingkan dengan media digital lainnya. Industri game saat ini merupakan salah satu industri yang tengah berkembang, hal ini dapat dilihat dari hadirnya beragam jenis game baru[10]. (Maisyaroh, 2016, pp. 2-3) Menurut hasil observasi terhadap *Google Play Store*, *cooking game* yang masuk dalam kategori *trending* berupa cooking game dengan masakan dari luar negeri serta masakan cepat saji. Hal berikut merupakan fenomena yang menyebabkan generasi muda di Indonesia menjadi lebih familiar dengan makanan luar negeri di bandingkan makanan lokal

9 . ITB J. Vis. Art & Des, Vol. 6, No. 1, 17-28. (Pemanfaatan Produk Budaya Modern dalam Bentuk Game untuk Mobile Gadget sebagai Media Pelestarian Budaya Tradisional (Dengan Studi Kasus Kue Tradisional Jawa Barat)) (Khairani Larasati Imania, Riama Maslan Sihombing, Intan Rizky Mutiaz, 2014)

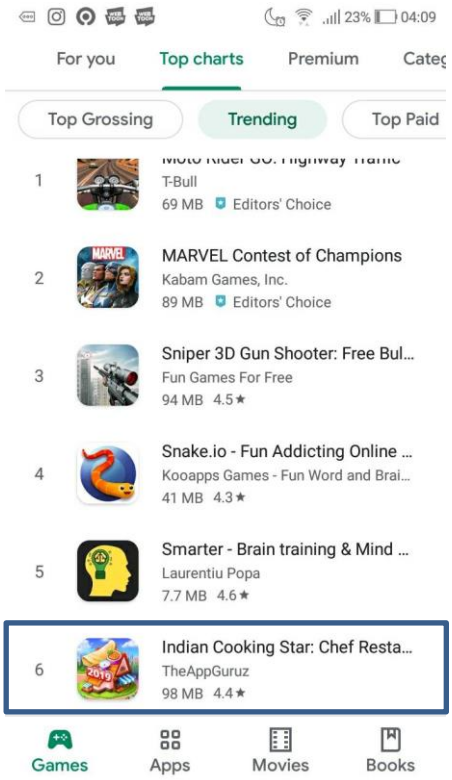
10. Publikasi Ilmiah, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2-3. (EDUKASI GAME PENGENALAN MAKANAN TRADISIONAL INDONESIA) (Maisyaroh, 2016)



Gambar 1.1 Cooking Frenzy: Madness Crazy

Game berikut berupa game dengan tema memasak makanan cepat saji yang masuk ke dalam kategori top trending pada bulan Januari 2020
Sumber:Google Play Store, Januari 2020

Media *mobile game* dapat berkembang dengan pesat di pasar sehingga menjadi peluang baru untuk memperkenalkan kuliner Indonesia secara digital, hal ini di buktikan dengan salah satu mobile game mengenai masakan khas India yang berhasil masuk ke dalam kategori *top trending* #6 di Google Play Store. *Indian Cooking Star: Chef Restaurant Cooking Games* telah di kenal oleh banyak orang berdasarkan jumlah unduhan yang mencapai lebih dari 1 juta, dan dapat di simpulkan sebagai *game* yang sukses memperkenalkan kuliner khas negara India secara universal melalui media *mobile game* .



Gambar 1.2 India Cooking Star : Chef Restaurant Cooking

Game berikut memperoleh peringkat 6 dalam kategori top trending
Sumber: Google Play Store, September 2019

Hasil dari seluruh pernyataan di atas dapat di simpulkan ke dalam poin poin berikut yang dapat menunjang perancangan tugas akhir :

1. Makanan Nasional merupakan budaya dari Indonesia yang penting untuk di lestarikan dan di unggulkan.
2. Pemerintah sedang gencar mempromosikan 5 makanan nasional pada bulan April 2018
3. Dari hasil observasi serta penelitian menunjukkan bahwa fenomena di bentuknya 5 makanan nasional berpotensi untuk di promosikan kepada generasi muda dalam media *mobile game* untuk membangun citra kuliner Indonesia di tingkat Internasional
4. *Mobile Game* dengan tema memasak memiliki pasar yang stabil di Indonesia

Hipotesis pada perancangan ini mengacu pada pandangan bahwa melalui media game, masakan nasional Indonesia dapat di promosikan kepada generasi muda secara lefektif di tingkat nasional dan internasional.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut merupakan identifikasi masalah dari perancangan ini:

1. Generasi muda Indonesia lebih sering di hadapkan dengan konten media yang membahas makanan luar negeri dan makanan cepat saji.
2. 5 masakan nasional di Indonesia baru di tetapkan pada tahun 2018 sehingga masih membutuhkan bantuan promosi.

1.3 Rumusan Masalah

“ Bagaimana merancang mobile game dengan konten 5 masakan nasional Indonesia yang menarik dan informatif untuk di promosikan kepada generasi muda di Indonesia maupun di luar negeri”

1.4 Tujuan Perancangan

1. Memperkenalkan Makanan Nasional secara informatif dari segi bahan, cara memasak, dan ceirta di baliknya, pada generasi muda
2. Memperkuat identitas ikon kuliner Indonesia melalui media *mobile game* yang dapat di akses secara universal
3. Mampu menciptakan gameplay yang menarik bagi pemain

1.5 Batasan Masalah

Perancangan mobile game mengenai masakan Nasional Indonesia meliputi masalah masalah yang akan di selesaikan dan di batasi sebagai berikut

1. Proyek perancangan ini merupakan media permainan berupa mobile game
2. Perancangan ini akan membahas desain antarmuka pengguna, mekanisme permainan, desain layout, dan penggayaan visual.

3. Output perancangan ini merupakan mobile game yang siap di mainkan secara offline, dengan jumlah 1 jenis makanan dari 5 Makanan Nasional
4. Perancangan ini di dasarkan pada studi literature yang membahas mobile game design dan konten 30 ikon kuliner Indonesia; Depth Interview dengan anggota kementrian Pariwisata selaku pengurus program tersebut, serta ahli dan praktisi mobile game, hasil prototyping dan testplay produk pada praktisi mobile game dan target audiens.
5. Mobile game ini menggunakan gameplay time management dan simulasi yang menimbulkan rasa adiktif dan secara tidak langsung membangun memori para pemain akan nama jenis kuliner yang di cantumkan pada game berikut
6. Jenis makanan yang di muat sebagai konten terbatas dengan 5 jenis makanan yang telah di patenkan Kementrian Pariwisata sebagai Makanan Nasional
7. Target segmen utama adalah perempuan usia remaja awal

1.6 Manfaat

1. **Manfaat bagi masyarakat**

   Perancangan mobile game mengenai makanan nasional berikut di harapkan dapat menjadi media pengenalan untuk meningkatkan minat generasi muda terhadap kuliner Indonesia, serta memperluas promosi kuliner Indonesia di tingkat internasional

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Hasil Riset san Desain Terdahulu

2.1.1 Studi Produk Sejenis Terbaik

a. Cooking Mama

Gambar 2.1 C o o k i n g M a m a L e t ô s C o o k

Sumber: duniagames.co.id

Video game *Cooking Mama* pertama kali diterbitkan pada handheld device Nintendo DS pada tahun 2006. Game yang mengajarkan pemainnya untuk memasak ini langsung digemari oleh anak kecil maupun orang dewasa, terutama kaum perempuan. Setelah 9 tahun seri orisinilnya rilis, Office Create selaku pengembang pada akhirnya merilis seri terbaru Cooking Mama untuk pasar mobile di iOS dan Android pada tanggal 14 Mei 2015, yaitu *Cooking Mama Let's Cook!*.

¶ Skenario Game

Berbeda dengan Cooking mama di Nintendo DS, Cooking Mama Let’s Cook memiliki beragam fitur dimana pemain selain memasak, dapat juga membangun sebuah restoran sendiri dengan menjajakan makanan hasil masakan pemain.

Pemain harus memperhatikan ketersediaan bahan makanan agar bisa memasak dan menentukan resep yang terbaik untuk mendapatkan keuntungan lebih besar. Selama permainan berlangsung, pemain akan diberikan tutorial singkat oleh karakter Mama. Bahan bahan yang habis dapat diperoleh dari hasil ternak (yang merupakan salah satu fitur dari game) atau membeli bahan tersebut di "*shop*".

¶ Game Mekanik Komponen

Controlling tidak jauh berbeda dengan seri sebelumnya, dalam game ini pemain hanya perlu mengikuti indikator yang muncul di layar untuk memasak; seperti misalnya *swipe* mengikuti tanda arah panah, tap pada posisi yang sudah ditentukan atau tekan, tahan, lalu lepas sesuai waktunya.

Gambar 2.2 Control Movement

Sumber: duniagames.co.id

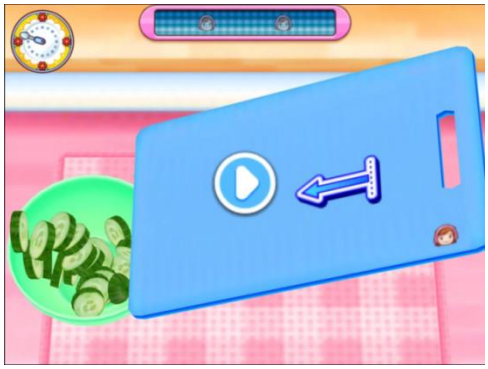
Menu Layout - Pada layout menu terdapat ikon ikon fitur yang di letakkan di tengah dengan warna dan bentuk yang berbeda beda, menunjukkan lambang dari fitur fitur yang berada dalam game tersebut. Cooking mama let's Cook, seperti "Let's Cook" "Recipe Shop" "Harvesting and Restaurant" "Enjoy The Challenge" "Watch Videos". Selain fitur, terdapat juga ikon share on social media di nkiri atas layout serta ikon add friends di kanan bawah, fitur berikut menggunakan facebook sebagai platform untuk menambah teman. Terdapat jga fitur achievements di kanan atas game.

Gambar 2.3 Menu Layout Cooking Mama let's Cook

Sumber: duniagames.co.id

Mechanic Programming

Dalam cooking simulation game, setiap tahapan memasak memiliki kode programming yang berbeda. Contohnya seperti kedua tahapan memasak pada gambar berikut. Pada gambar (a) player harus menggeser timun yang ada di atas talenan ke dalam mangkok, dalam system tersebut terdapat *pressure control* pemain harus melakukan gerakan sliding secara perlahan atau timun tersebut dapat terlempar keluar mangkok. Keberhasilan tahap memasak tersebut dapat di lihat ketika "mama meter bar" di atas penuh, hal tersebut dapat terjadi ketika player berhasil memasukkan sebagian besar timun yang sebelumnya ada di talenan.



Gambar 2.4 Mekanik (a)

Sumber: duniagames.co.id

Berbeda dengan gameplay (b). player harus menggiling daging dengan gerakan memutar, hal tersebut membutuhkan koding yang berbeda dari mekanik pada gambar (a). Namun, seperti (a), mekanik (b) memiliki *pressure control*, dimana pemain tidak boleh memutar alat penggiling dengan terlalu cepat, atau alat tersebut bisa patah dan menghambat pemain menyelesaikan tahapan memasak tersebut dalam waktu yang tepat.

Gambar 2.5 Mekanik (b)

Sumber: duniagames.co.id

Gaya Gambar ï Cooking Mama Let's Cook menggunakan visual 3D untuk mengilustrasikan grafis pada game. Warna yang di gunakan merupakan warna warna yang cerah dan feminim untuk menarik perhatian target konsumen yaitu anak anak dan perempuan.

¶ **Komponen yang di adaptasi**

Pada game yang akan di rancang, penulis akan mengadaptasi fitur baru dalam game cooking mama let's cook, yaitu serving dan cooking. Terutama di bagian cooking di mana ketika player memasak makanan, pemain harus melalui beberapa tahapan dengan system mekanik yang bervarian.

b. Cooking Madness

Gambar 2.6 Game Cooking Madness

Sumber: https://www.facebook.com/cookingmadness.chef/

Dalam Cooking Madness: A Chef's Restaurant Games, pemain berperan sebagi seorang koki gila yang sangat jago memasak. Pemain harus memasak dengan cepat dan menyajikan makanan tersebut kepada para pembeli yang kelaparan di restorannya. Pada game berikut, pemain tidak hanya memasak satu jenis masakan saja secara terus menerus, melainkan nantinya akan ada berbagai masakan dari seluruh pelosok dunia untuk dimasak.

Gambar 2.7 In-Game Cooking Madness

Sumber: https://www.facebook.com/cookingmadness.chef/

Game dengan tipe masak cepat menggunakan kendali ala sentuh dan tarik, di mana ketelitian sangatlah dibutuhkan. Namun pada game Cooking Madness: A Chef's Restaurant Games, pemain hanya perlu menyentuh layar, dan tidak perlu menarik-narik bahan makanan sama sekali. Jadi untuk memasak makanan, pemain hanya cukup menyentuh makanan mentahnya, menunggu hingga makanan

matang, menyentuh makanan tersebut agar langsung pindah ke piring, lalu menyentuh topping untuk menghias makanan, dan menyentuh hasil masakan untuk langsung menyodorkannya kepada pelanggan yang memesan.

Berdasarkan hasil dari studi eksisting dalam game berikut, dapat di simpulkan bahwa goal pada level game Cooking Madness ada 4, yaitu:

1. Memasak tanpa ada makanan yang gosong
2. Memasak tanpa ada makanan yang di buang
3. Mencapai target pendapatan tertentu
4. Mencapai target jumlah pelanggan tertentu

Pada game berikut terdapat patience bar serta cooking meter untuk memacu pemain dalam menyelesaikan masakan di waktu yang tepat. patience meter dapat terlihat pada pesanan bubblechat pelanggan, yang berubah warna dari warna hijau ke warna merah apabila kesabaran pelanggan telah habis, sehingga pemain harus cepat dalam melakukan pelayanan. Pada makanan yang tersedia di dapur, terdapat cooking meter yang berbentuk seperti jam, cooking meter dapat menilai seberapamentah atau matang masakan. Apabila cooking meter berubah warna menjadi merah, maka makanan yang sedang di masak telah gosong dan tidak bisa di sajikan, sehingga harus di buang. Hal berikut sangat merugikan bagi pemain, karena selain tidak bisa menyajikan makanan dengan tepat waktu, pemain juga kehilangan poin waktu dan uang tips.

- Komponen yang diadaptasi

Komponen yang akan diadaptasi dalam perancangan berikut berupa patience bar, cooking meter, serta timing dalam game.

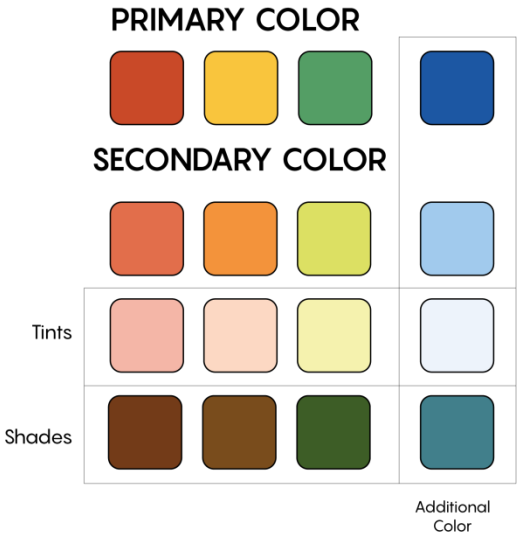
2.2 Elemen Visual pada Mobile Game

2.2.1 Warna

Warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur–unsur visual yang lain (Prawira, 1989). Lebih lanjut, Sadjiman Ebdi Sanyoto

(2005, p. 9) mendefinisikan warna secara fisik dan psikologis. Warna secara fisik adalah sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan.

Secara psikologis, warna dapat menimbulkan beragam makna bagi audien, dari segi penempatan dan pada obyek apa warna tersebut di aplikasikan.. Pada perancangan berikut, warna menjadi komponen pendukung ilustrasi dalam game mengenai kuliner Indonesia. Warna warna yang akan digunakan berupa warna warna hangat dengan kontras split complementer, menggunakan warna merah dan kuning yang bersebrangan dengan warna hijau. Warna berikut di pilih karena merepresentasikan warna dari rempah rempah yang cenderung menggunakan warm color seperti merah, cokelat, kuning, dan oranye. Warna warna yang di pilih merupakan warna yang hangat dan mampu membangkitkan selera makan.



Gambar 2.8 Palet Warna yang digunakan

Sumber: Penulis

2.2.2 Ilustrasi

Menurut *Wojirsch* (1995), ilustrasi merupakan gambaran pesan yang tidak terbaca yang dapat menguraikan cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis

informasi yang memikat. Sehingga dapat menjelaskan makna yang terkandung di dalam pesan tersembunyi.

Dalam *new Encyclopedia* (Funk, 1985) . disebutkan juga bahwa ilustrasi adalah materi gambar yang ditampilkan dengan teks dan memperjelas atau membuat lebih menarik. Dengan pengertian berikut dapat di simpulkan ilustrasi merupakan gambar atau bentuk visual yang digunakan sebagai pendukung, memperjelas suatu cerita atau lisan.

Gaya gambar yang sesuai dengan visual makanan yang diangkat dapat di ambil dari gaya studio ghibli. Studio ghibli memiliki gaya visual anime Jepang pada umumnya, namun untuk penggambaran karakter, studio ghibli lebih mengangkat simplisitas pada fitur wajah, dan juga warna warna hangat yang vibran untuk makanan yang di gambarkan. Ilustrasi makanan dan minuman dengan gaya studio Ghibli sudah terkenal sebagai ilustrasi yang menggugah selera makan.[11]

Gambar 2.9 Animasi Studio Ghibli : Ponyo

Sumber: pastemagazine.com

[11] https://www.pastemagazine.com/articles/2017/01/studio-ghiblis-most-iconic-meals.html

Gambar 2.10 A n i m a s i S t u d i o G h i bld i : H o w l ô s M

Sumber: pastemagazine.com

2.3 Segmentasi

Perkembangan dalam dunia video game telah mengalami perubahan yang signifikan dalam 10 tahun terakhir. Segmentasi gamer yang awalnya hanya memiliki 2 kategori seperti *Hardcore* dan *Casual*, kini dapat di bagi menjadi 8 segmentasi.

Newzoo telah melakukan riset Gamer Segmentation untuk mencari tahu seperti apa karakteristik *gamer* pada era sekarang. Hasil data yang ditemukan menunjukkan bahwa penggemar game (*game enthusiast*) dapat dibagi menjadi 8 persona yang berbeda

Gambar 2.11 The New Breed Of Game Enthusiast

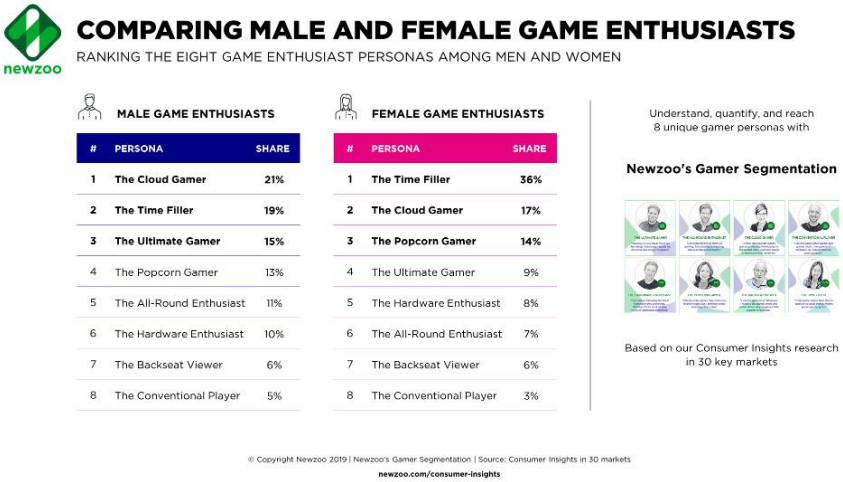
Sumber: https://newzoo.com/news

8 persona yang disebut Newzoo sebagai "game enthusiast jenis baru", adalah:

Tabel 2.1 8 Persona Game Enthusiast

The Ultimate Gamer	Segmentasi berikut merupakan segmentasi bagi orang yang menghabiskan sebagian besar waktu luang mereka dengan bermain game. Mereka juga menyukai hal yang berkaitan dalam dunia game, dari bermain, menonton, serta membeli peralatan gaming. Gamer dari segmentasi berikut memiliki penghasilan yang cukup besar yang dapat mendukung hobi bermainnya.
The All Around Enthusiast	Seperti Ultimate Gamer, segmentasi berikut juga menyukai hal hal yang berkaitan dengan game, namun tidak menjadikan *gaming* sebagai prioritas karena adanya kegiatan lain. Segmentasi berikut juga mampu membiayai segala kebutuhan hobi mereka.
The Cloud Gamer	Segmentasi berikut memiliki minat tinggi terhadap bermain game, namun tidak untuk membiayai kebutuhan hardware gaming. Segmentasi berikut cenderung lebih

	senang dengan game yang free-to-play atau dengan game diskon, tetapi tetap memiliki preferensi untuk kualitas game yang di mainkan.
The Conventional Player	Segmentasi berikut suka bermain game serta membeli hardware untuk kebutuhan gaming, namun tidak berminat menonton konten video mengenai game atau e-sports.
The Hardware Enthusiast	Segmentasi berikut tidak menghabiskan banyak waktu mereka dalam bermain game, namun mereka ingin mendapatkan pengalaman terbaik ketika memaminkan suatu game, sehingga mereka memiliki minat tinggi dalam membeli hardware, peripheral serta gadget terbaru.
The Popcorn Gamer	Untuk Segmentasi berikut, bermain game bukan prioritas pertama, namun segmentasi berikut berminat tinggi dalam mengikuti konten konten seputar game dari video.
The Backseat Viewer	Segmentasi berikut memiliki minat terhadap game namun tidak bermain secara regular, karena adanya prioritas lain. Namun segmentasi The Backseat Viewer tertarik dengan turnamen e-sports atau menonton orang lain bermain game.
The Time Filler	Segmentasi terakhir merupakan segmentasi bagi para gamer casual. Segmentasi berikut hanya bermain game pada waktu waktu tertentu (menunggu teman, atau sedang dalam perjalanan) dan tidak menjadikan game sebagai prioritas. Mereka juga tidak berminat dengan konten video seputar video games.



COMPARING MALE AND FEMALE GAME ENTHUSIASTS

RANKING THE EIGHT GAME ENTHUSIAST PERSONAS AMONG MEN AND WOMEN

MALE GAME ENTHUSIASTS

#	PERSONA	SHARE
1	The Cloud Gamer	21%
2	The Time Filler	19%
3	The Ultimate Gamer	15%
4	The Popcorn Gamer	13%
5	The All-Round Enthusiast	11%
6	The Hardware Enthusiast	10%
7	The Backseat Viewer	6%
8	The Conventional Player	5%

FEMALE GAME ENTHUSIASTS

#	PERSONA	SHARE
1	The Time Filler	36%
2	The Cloud Gamer	17%
3	The Popcorn Gamer	14%
4	The Ultimate Gamer	9%
5	The Hardware Enthusiast	8%
6	The All-Round Enthusiast	7%
7	The Backseat Viewer	6%
8	The Conventional Player	3%

Understand, quantify, and reach 8 unique gamer personas with

Newzoo's Gamer Segmentation

Based on our Consumer Insights research in 30 key markets

© Copyright Newzoo 2019 | Newzoo's Gamer Segmentation | Source: Consumer Insights in 30 markets

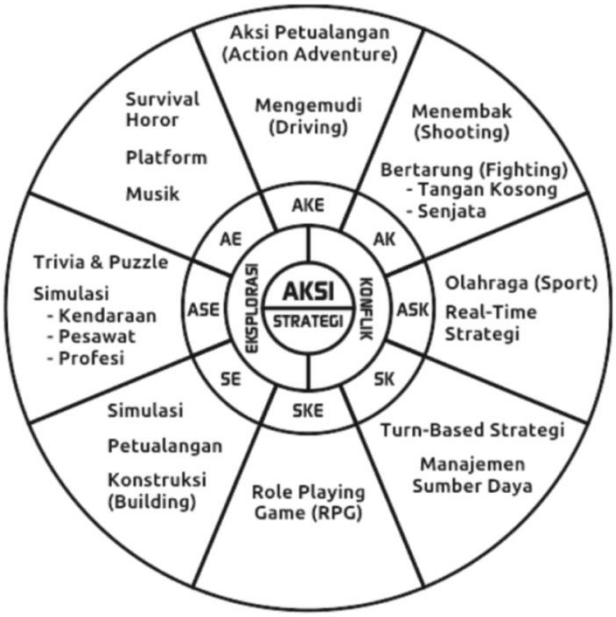
newzoo.com/consumer-insights

Gambar 2.12 Tabel perbandingan minat bermain game antara laki laki dan perempuan

Sumber: https://newzoo.com/news

Berdasarkan data perbandingan antara game enthusiast antara laki laki dan perempuan, diketahui bahwa ke dua kategori tersebut memiliki pemain “The Time Filler” dalam kedua golongan, sehingga membuat genre game yang ditujukan untuk pemain “The Time Filler” lebih laku di pasaran. Game tersebur meliputi game casual, Game bertipe casual merupakan sebuah game yang biasanya memiliki penyajian simpel dan terkesan santai serta memiliki grafis yang colorfull. Game casual ini tepat di mainkan saat santai dan untuk mengisi waktu luang dan bisa dimainkan di android maupun apple secara offline.

2.4 Genre Game Mobile



Gambar 2.13 Mobile Game Learning Kategori

Sumber: Mobie Game Learning Book

Dalam dunia game, terdapat beragam jenis game yang dapat di mainkan. Jenis game atau genre di kelompokkan untuk menyesuaikan dengan peminatnya.

Genre Simulation merupakan game yang memberikan simulasi kepada pemain mengenai kejadian yang terjadi di dunia nyata. Dapat di lihat pada grafik berikut, bahwa game Simulasi memiliki unsur strategi dan eksploratif.

2.5 Game Balance

Pada buku "The Art of Game Design" yang ditulis oleh Jess Schell, terdapat 12 tipe umum dari Game Balance:[12]

1. Fairness (Symmetrical or Assymetrical)

[12] "The Art of Game Design: a book of lenses" Jesse

Symmetrical games memiliki peraturan serta objek yang sama pada awal mula permainan. Sedangkan Assymetrical games memiliki objek yang berbeda beda pada awal mula game, memiliki kemampuan yang berbeda serta tujuan yang berbeda sehinga membuat game lebih menarik. Namun Assymetrical games cenderung lebih sulit untuk di seimbangkan.

2. Challenge VS Success

Game designer harus dapat menemukan keseimbangan antara keberhasilan dan kesulitan, sehingga game tidak terlalu sulit maupun terlalu mudah

3. Meaningful choices

Pemain harus dapat membuat pilihan yang berarti untuk mencari strategi untuk menang

4. Skill VS Chances

Terlalu focus pada skill seringkali membuat game mudah ditebak, sementara terlalu banyak kesempatan dapat mengurangi keseruan dalam bermain

5. Head VS Hands

Game perlu memiliki keseimbangan dalam mengatur strategi serta kemampuan fisik atau ketangkasan. Perbandingan antara strategi dan skill tergantung dari pengalaman yang ingin diciptakan oleh game designer

6. Competition VS Cooperation

pemain berkompetisi dengan pemain lain, atau berkerjasama dengan pemain lain. Seringkali elemen berikut dapat hadir secara bersamaan untuk pengalaman yang bermain yang lebih menarik

7. Short VS Long

Lama waktu bermain game dapat dimanipulasi oleh mekanik game.

8. Rewards

Mendapatkan hadiah ketika berhasil menyelesaikan goal atau level

9. Punishment

Mendapatkan hukuman ketika pemain melakukan aksi yang salah pada game. Jumlah hukuman yang diterima pemain dapat membuat pemain menjadi berhati hati dalam melakukan aksi dalam game.

10. Freedom VS Controlled Experience

Seberapa banyak pemain bisa mengontrol event dalam game. Seperti yang di katakan Schell, terkadang game designer hanya perlu menciptakan ilusi dalam mengontrol suatu permainan untuk mendapatkan kebebasan.

11. Simple VS Complex

Tipe keseimbangan berikut menggambarkan simplisitas dan kompleksitas dalam game, dimana pemain harus mempelajari gameplay dari game untuk menyelesaikan permainan.

12. Detail VS Imagination

Seberapa banyak konten game yang diperlihatkan pada pemain dibandingkan dengan dunia nyata yang harus di bayangkan oleh pemain. Menurut Scehell "pemain memiliki imajinasi yang detail" sehingga menunjukkan cerita atau dunia yang sublime dapat meningkatkan kedalaman imajinasi.

2.6 Mobile Game Component

(a) Karakter

Karakter dalam sebuah video game merupakan aspek penting berupa subyek sebagai pelaku di dalam game, memiliki sudut pandang cerita dan merupakan titik fokus dalam sebuah game. karakter memiliki batas tertentu dalam bergerak sesuai dengan gameplay yang telah ditetapkan, untuk karakter dalam sebuah game harus dibuat dengan menarik, mudah dikenal, dan unik agar dapat memberikan kesan yang kuat terhadap pemain. Karakter yang unik dapat bertahan di pasar

dibandingkan karakter yang sudah biasa dan tidak terkonsep, selain konsep, penamaan, karakteristik, latar belakang, dan informasi tentang karakter yang akan dibuat juga merupakan aspek penting dalam menciptakan sebuah karakter yang kuat. (Steve Meretzky, 2001)

(b) Environment

Pada dasarnya ada dua jenis eksplorasi pemain dalam permainan: linier dan non-linier. Environment non-linier memberi pemain lebih banyak kebebasan untuk memilih ke mana harus pergi, sedangkan Environment linier dapat dengan sederhana dijelaskan sebagai jalur lurus dari titik A ke titik B, kadang-kadang memberi pemain pilihan untuk memilih jalur. Keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Environment linier lebih mudah digabungkan dengan narasi dan meminimalkan masalah navigasi, yang membuat pemain bermasalah. Namun, linearitas tidak menawarkan banyak pemutaran ulang. Permainan non-linear memiliki masalah dengan bercerita, tetapi menawarkan banyak kegiatan yang berbeda.

(c) Penceritaan

Sebuah game dapat dikatakan menarik ketika ada cerita yang interaktif dan karakter yang dapat membawa pemain menghayati permainan. Terdapat dua macam alur penceritaan dalam game, yaitu:

1. The String of Pearls atau Rivers and Lakes, dimana alur berikut searah, selalu maju dan tidak bercabang

2. The Story of Mechanics, penceritaan dibuat bercabang dan dapat saling berhubungan.

(d) Game UI and UX

UI, atau Antarmuka Pengguna, mengacu pada metode (kontrol keyboard, kontrol mouse) dan antarmuka (layar inventaris, layar peta) di mana pengguna berinteraksi dalam sebuah game . UX, atau Pengalaman Pengguna, mengacu pada

seberapa intuitif dan menyenangkan interaksi tersebut. Desain UI yang baik memberi tahu Anda apa yang perlu Anda ketahui, sementara Desain UI yang buruk bahkan dapat menghancurkan game sepenuhnya. Dalam mendesain sebuah UI, kita harus bisa memprediksi apa yang ingin diketahui oleh pengguna dan memberikan informasi tersebut. Informasi yang tersedia harus mudah untuk ditemukan atau diakses, Minimalisir obyektif yang repetitif dalam sebuah desain UI dengan menyederhanakannya.

Ada beberapa terminology dalam UI:[13]

- UI Diagetic – UI yang dapat di lihat dan di dengar oleh karakter dalam game
- UI Non Diagetic – UI Non Diagetic merupakan UI yang hanya dapat dilihat dan didengar oleh pemain secara langsung
- Meta UI – Efek yang terjadi dalam halaman game, tidak dapat dilihat oleh karakter game, namun dapat di lihat oleh pemain.

User Experience (UX) adalah disiplin desain tertentu, yang berpusat pada psikologi pengguna akhir (pemain) dan perilaku, proses berpikir, dan kemampuan mereka. UX adalah bagian dari toolkit besar yang digunakan untuk memastikan pengalaman yang telah dirancang benar-benar tercermin dalam benak pemain . Ini menerapkan pengetahuan sejati tentang perilaku dan proses berpikir pemain, dan memasangkannya dengan pengumpulan data, proses desain berulang, dan banyak jenis pengujian dengan pemain sungguhan. UX adalah tempat ilmu pemain bertemu seni desain game. Tanpa pendekatan UX, game menjadi korban kesulitan yang melekat pada kreativitas, termasuk kurangnya objektivitas, dan tantangan dalam mengajar dan mengakomodasi pemain yang berbeda dengan diri sendiri. Faktor-faktor ini pada akhirnya memengaruhi persepsi kualitas permainan, penerimaan kritis, dan kenikmatan. (Sebastian, 2017

---

13 https://www.gamasutra.com/view/feature/4286/game_ui_discoveries_what_players_.php?print=1

2.7 Game Design

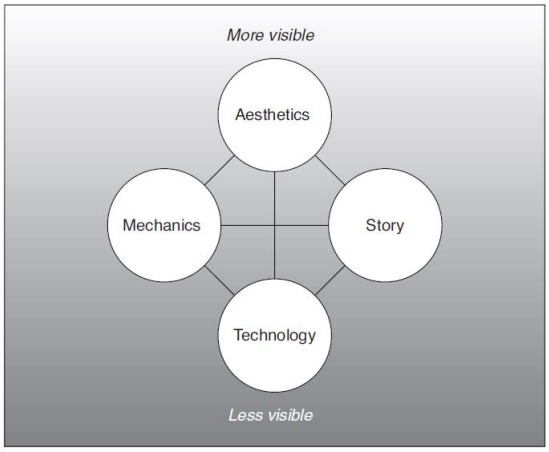
Ada empat elemen yang erperan penting untuk mendesignn sebuah game:

1. Mechanics

Mekanik merupakan prosedur dan peraturan yang di rancang dalam suatu game. Mekanik juga dapat disebut sebagai goal pada game, dan bagaimana pemain dapat atau gagal mencapai tujuan . Ketika memilih mekanik yang sesuai untuk gameplay, maka game designer harus memilih teknologi yang mendukung, memilih estetika yang berkesan pada pemain, dan alur cerita yang membuat pemain mengerti dari mekanik game tersebut

2. Story

Story atau alur cerita merupakan serangkain kejadian yang di rancang dalam game. Terkadang cerita tersebut dapat memiliki alur yang sudah tertulis, atau bahkan alur yang tidak dapat di tebak. Ketika game designer ingin menyampaikan cerita melalui game, desainer harus memilih mekanik yang dapat memperkuat cerita dan membuat cerita tersebut berkembang.



Gambar 2.14 Elemental Tetrad

Sumber: The Art Of Game Design, Jess Schell

Teori oleh Jess Schll yang merangkum komponen penting penunjang suatu game

3. Aesthetics

Estetika merupakan aspek dari game design yang mempunyai hubungan langsung kepada pengalaman pemain. Ketika desain gamee memiliki estetika yang unik, pemain akan lebih mudah terbenam dan menghayati game tersebut. Mekanik yang di pilih harus sesuai agar pemain dapat merasakan mereka sedang berada di dunia yang di desain sehingga menciptakan pengalaman yang dapat di kenang.

4. Teknologi

Teknologi tidak selalu membahas mengenai kecanggihan dari teknologi tersebut, namun lebih bmengulas tentang material dan interaksi yang membuat game menjadi memungkinkan. Teknologi yang di pilih dapat menentukan kapabilitas system game untuk melakukan atau mencegah sesuatu.

2.8 Kuliner Tradisional

Kuliner tradisional Indonesia adalah semua jenis makanan yang berasal dari berbagai daerah di seluruh Indonesia. Resep dan cara pembuata kuliner tradisional besifat turun menurun. Rasa kuliner tradisional tentunya berbeda dari daerah lainnya. Hal tersebut membuat kuliner Indonesia kaya akan keunikan dan rasa. Rempah rempah yang digunakan dalam masakan tradisional memiliki kualitas yang baik dan banyak ditemukan di Indonesia, sehingga hal tersebut membuat Indonesia menjadi target penjajahan oleh bangsa lain yang menginginkan rempah rempah tersebut. Kuliner tradisional menjadi bagian dari budaya Indonesia yang harus di lestarikan.

2.9 Makanan Nasional

Menteri Pariwisata Arief Yahya menjelaskan bahwa industry kuliner memberikan sumbangan cukup besar dalam ekonomi kreatif. Sebesar 30-40% pengeluaran rata rata- wisatawan di alokasikan untuk wisata kuliner. Kuliner menjadi motivasi orang unutk berpergian ke wilayah di Indonesia di karenakan keberagaman kuliner pada tiap wilayah, sehingga orang seringkali mengeluarkan biaya sebesar 40% untuk mencoba kuliner tersebut. Setelah mencanangkan 30 ikon kuliner,

Kementrian Pariwisata merasa perlu mengkerucutkan kuliner hingga menjadi 5 jenis agar dapat lebih mudah di kenalkan di mancanegara. Penetapan masakan ansional di lakukan selain untuk mempromosikan makanan nasional di luar negeri, juga untuk membendung sekaligus memperkenalkan makanan nasional khususnya pada milenial. Kini Indonesia sudah memiliki 5 national food yang bisa diperkenalkan, penentuan ke 5 makanan ini berdasarkan Forum Group Discussion (FGD) komunitas kuliner. Ke 5 makanan berikut berupa: Soto, nasi goreng, gado gado, rendang, dan sate.

5 Makanan nasional berikut merupakan makanan yang akan di angkat menjadi konten pada game.

Gambar 2.15 Buku Ikon Kuliner Nasional Nusantata

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Berikut adalah buku resep yang digunakan sebagai acuan untuk konten dalam game yang akan di rancang

1. Nasi Goreng

Gambar 2.16 Nasi Goreng Kampung

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Nasi goreng adalah kreativitas dapur Indonesia untuk mengolah sisa nasi dan berbagai lauk untuk di goreng dengan bumbu bumbu. Nasi goreng Indonesia mendapat inspirasi dari nasi goreng China yang juga menginspirasi nasi goreng Jepang (yakimesi).

Nasi goreng yang paling umum dan sederhana adalah nasi goreng jawa yang sayangnya di pasarkan sebagai nasi goreng kampung. Bumbu yang di gunakan berupa cabe, bawang merah, dan terasi yang di uleg dan kemudian di tumis bersama sedikit minyak sayur dan kecap manis. Nasinya di campur dengan rajangan kol dan sisa masakan daging atau ayam. Nasi goreng juga umum di sajikan dengan telur ceplok atau irisan telor dadar, atau bahkan di mencampur telur langsung dengan nasi sambil di aduk.

Di Sumatera Barat ada versi nasi goreng rendang yang bumbunya adalah dedak rendang yang tentu saja membuat masakan sangat vgurih dan beraroma. Di Sulawesi Selatan , nasi gorengnya tidak memakai kecap manis , melainkan saus tomat, sehingga warnanya menjadi kemerahan. Di Jawa Barat terdapat nasi goreng yang memakai tumisan perut ikan, dengan sebutan Nasi goreng puritan.

Dalam penyajiannya di hotel dan restaurant , nasi goreng disajikan dengan sate ayam atau ayam gfoireng, kerupuk udang, dan teliur mata sapi. Versi ini popular

dengan nama Indonesian Nasi Goreng. Untuk membuat tampilannya lebih mewah, nasi goreng juga dapat di tampilkan dengan daging kepiting.

Standarisasi Resep Nasi Goreng Kampung[14]

Bahan (4-5 Porsi) :

- 3 sdm minyak untuk menumis
- 750 gr nasi yang sudah dingin
- 275 gr (5 butir) telur ayam, kocok lepas
- 4-5 sdm kecap manis
- 12 gr (3 sdm) bawang goreng
- 5 keping kerupuk udang
- 20 gr daun bawang iris
- Acar mentimun dan wortel

Bumbu yang dihaluskan dan tumid matang:

- 60 gr (3 buah) cabai merah besar, dibuang bijinya
- 6 gr (3 siung) bawang putih
- 100 gr (10 butir) bawang merah
- ¼ sdt gram
- gr (1sdt) terasi bakar

Cara Membuat:

1. Panaskan minyak, tumis telur seperti membuat orak arik, masukkan nasi putih dan aduk sampai rata
2. Masukkan bumbu yang sudah ditumis sampai harum baunya, aduk aduk sampai semua butir nasi berbalut bumbu, masukkan irisan daun bawang aduk aduk kembali sampai rata, angkat
3. Hidangkan bersama telur mata sapi, bawang goreng , kerupuk udang, dan acar mentimun dan wortel serta tambahkan kecap manis sesuai selera

[14] Buku 30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Hal 60-61

Catatan:

- Bila menyukai rasa manis dapat menambahkan kecap manis secara terpisah.
- Pada umumnya Nasi Goreng Kampung tidak menggunakan daging. Tapi dapat juga ditambahan irisan daging goreng untuk kebutuhan gizi. Telur Ayam selain dibuat dari orak arik seperti resep di atas, dapat juga di sajikan secara terpisah dalam bentuk telur mata sapi.

Nilai Gizi pada Nasi Goreng Kampung berdasarkan resep standarisasi Nasional:

Tabel 2.2 Nilai Gizi Nasi Goreng

Zat Gizi	Nilai Gizi per 100 gram	Nilai Gizi per Porsi
Lemak	10 gr	24 gr
Protein	7 gr	17 gr
Karbohidrat	30 gr	74 gr
Kalori	240 kkal	580 kkal

2. Rendang Padang

Gambar 2.17 Rendang Padang

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Rendang dinobatkan sebagai “The World’s Most Delectable Food” oleh CNGo pada tahun 2011[15], namun pada 2017 peringkat rendang turun ke nomor 11 menurut CNN Travel[16]. Rendang memiliki dua versi, yaitu rendang kering dan rendang basah. Rendang Kering di kenal sebagai rendang asal Minang. Memasak Rendang kering membutuhkan waktu ber jam jam hingga santan mengering dan meresap ke dalam daging. Sementara Rendang basah, atau yang lebih dikenal dengan Kalio, hanya membutuhkan waktu yang lebih singkat, santan tidak sepenuhnya mengering dan rendang terlihat lebih pucat. Rendang Kalio juga sangat di kenal di Malaysia.[17]

Bila Rendang di terjemahkan ke dalam bahasa Inggbris sebagai caramelized beef curry, maka kata tersebut dapat mengartikan proses pembuatan rendang yang sebenarnya. Prinsipnya di awali dengan membuat gulai atau kari daging sapi , yang terus di masak dengan api kecil (atau dalam bahasa Minang, “di randang”) sampai berkurang dan terkaramelisasi.[18]

Sejarah asal usul tentang rendang memang tidak di temukan, namun bukti bukti yang tampak di ranah masyarakat menunjukkan bahwa masakan ini sudah ada lebih dari tiga ratus tahun. Di masa lalu, para Jemaah haji dari ranah Minangkabau yang menggunakan perjalanan kapal laut kea tau dari Tanah Suci membawa bekal rendang yang di makan sepotong sepotong dalam muhibah mereka. Rendang adalah makanan yang awet dan tahan lama krena terkaramelisasi dengan sempurna.

Bahan (20 Potong):

- 1000 gr daging sapi tanpa urat
- 2250 cc santan dari 3 butir kelapa yang tua dan besar (murni tanpa dicamuri air)

[15] https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170715172743-307-228130/rendang-nasi-goreng-dipilih-jadi-makanan-terenak-di-dunia
[16] https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-food-dishes/index.html
[17] Buku Aroma Rasa Kuliner Indonesia, edisi: Aneka Olahan Rendang, Author: Lily T.Erwin
[18] Buku 30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia Hal 82-85

- 48 gr (4 batang) serai, di memarkan
- 2 gr (2 potong) asam kandis
- 12 gr (2 lembar) daun kunyit, disimpul
- 10 gr (10 lembar) daun jeruk

Bumbu, di haluskan bersama

- 225 gr bawang merah
- 12 gr (5-6 siung) bawang putih
- 250 gr cabai merah keriting
- 3 sdt garam
- 28 gr (4 cm) jahe
- 40 gr (4 cm) lengkuas
- 15 gr (3 cm) kunyit (sesuai selera)

Cara Membuat:

1. Potong-potong daging menjadi 20 potong
2. Masukkan daging dan santan ke dalam wajan, bersama bumbu halus dan serai, daun kunyit, daun jeruk. Masak dan aduk hingga mendidih , kecilkan apinya, teruskan memasak, sambil sekali kali diaduk hingga daging empuk. Bila daging sudah empuk tapi kuh belum kental, angkat dulu dagingnya, teruskan memasak kuah dengan terus mengaduk-aduk supaya tidak kasar didasar wajan
3. Setelah kuat mengental, berwarna cokelat dan berminyak, masukkan kembali dagingnya ke dalam wajan, aduk aduk sebentar, keluarkan asam kandis. Bila kekentalan rendang sesuai selera, angkat.

Catatan:

1. Bila menggunakan santan instan 1500ml langsung di campur dengan bumbu halus yang sudah di tumis

2. Untuk membuat rendang yang bagus dengan menggunakan santan dari kelapa segar maka, pilih kepala yang tua sebanyak 500 gram (peras murni tanpa air) dan dibutuhkan 1500 ml
3. Supaya cepat empuk, gunakan daging khas. Setelah santan kental keluarkan dagingnya. Masak lagi santan bumbu dengan api kecil hingga berminyak , lalu masukkan kembali dagingnya sampai mendapat rendang yang diinginkan, kering atau basah
4. Di beberapa daerah di Sumatera Barat, ada rendang yang bumbunya di beri tambahan rempah mirip bumbu kari. Bila suka, resep diatas bisa ditambahkan 1 sdm bumbu kari (tergantung selera).
5. Bila suka , resep di atas bisa ditambahkan 1-2 sdm bumbu kari (tergantung selera)

Nilai Gizi pada Rendang Padang berdasarkan resep standarisasi Nasional:

Tabel 2.3 Nilai Gizi Rendang

Zat Gizi	Nilai Gizi per 100 gram	Nilai Gizi Per Porsi
Lemak	29 gr	13 gr
Protein	24 gr	11 gr
Karbohidrat	5 gr	2 gr
Kalori	380kal	170kkal

3. Gado gado

Gambar 2.18 Gado gado

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Gado gado adalah versi Tionghoa dari pecel Jawa yang di sukai oleh para kolonialis Belanda di masa lalu. Diperkirakan gado gado sudah hadir sejak awal abad 20. Secara umum di akui bahwa Jakarta adalah tempat kelahiran gado-gado. Walaupun tidak ada bukti sejarah tentang asal usul gado gado , namun ada bukti di tataran masyarakat berupa lagu yang popular di tahun 1940-1950-an. Lagunya berjudul “gado gado Betawi”.

Kini, hampir di seluruh Nusantara kita dapat menemukan gado-gado sebagai pilihan sajian di restoran maupun di rumah makan. Gado gado adalah *carte du jour* nasional. Penampilannya yang menarik dan cita rasanya yang menawan , membuat gado gado dapat di kelompokkan sebagai hidangan pembuka.

Pada dasarnya , gado gado adalah sayur rebus/kukus yang di beri irisan tahu dan tempe goreng , serta telur rebus. Sayur-mayur yang biasa si gunakan adalah : Kubis, tauge, kacang panjang, bayam kangkung, labu siam, paria dan wortel. Sayur mayur inmi di siram dengan saus kacang. Selain kacang tanah, ada juga yang memakai campuran kacang mede. Sebagai finishing touch, di gunakan sedikit kecap manis dan taburan bawnag merah goreng. Sebagai single meal , gado gado juga dapat disajikan dengan lontong ataupun nasi.

Di Jakarta, gado gado di sajikan di rumah makan maupun di gerobak dorong. Versi gerobak dorong biasanya memakai sayatan jagung rebus dan nangka muda rebus. Sajian gerobak maupun warung kebanyakan adalah versi gado-gado ulek, yaitu bumbunya di ulek a la minute berdasarkan pesanan pembeli. Sedangkan di restoran dan rumah makan biasanya adalah versi gado gado siram yang kuah kacangnya sudah di rebus terlebih dahulu dan tinggal di siramkan di atas sayur-mayur rebus. Gado gado di sajikan dengan kerupuk udang atau emping melinjo. Di Tatar Sunda maupun Jawa, gado gado juga di sebut lotek.

Bahan (6 Porsi):

- 150 gr kacang panjang, dipotong 2cm

- 125 gr taoge, dibuang ekornya
- 125 gr bayam/kangkung, di petik batang dan daunnya
- 100 gr kol, diiris ½ cm
- 150 gr mentimun, diiris ½ cm
- 250 gr kentang, direbus, dipotong 1 x 1 ½ x 2 cm
- 250 gr tahu kuning , digoreng dipotong 1 x 1 ½ x 2 cm
- 165 gr (3 butir) telur , direbus, masing-masing dibelah 2
- 12 gr (3sdm) bawang goreng
- 6 keping kerupuk udang, digoreng
- 30gr (3 butir) jeruk limau, masing-masing dibelah 2
- 15-20 keping emping, digoreng.

Bumbu/kuah gado gado:

- 60 gr (3 buah) cabai merah
- 3 gr (3 buah) cabai rawit kecil
- 2 gr (1 sdt) terasi bakar
- 1 ½ - 2sdt garam
- 125 gr kacang mete, di goreng, di goreng halus
- 125 gr kacang tanah, di goreng, di goreng halus
- 15 gr 3 sdt gula merah
- 1 sdm air asam jawa
- 500 cc air matang
- 2 sdm kecap manis

Cara membuat:

1. Rebus kacang panjang taoge, bayam/kangkung dan kol sampai matang, angkat, tiriskan

Bumbu/kuah gado gado:

Gerus halus cabai merah, cabai rawit, terasi, dan garam, tambahkan kacang mete dan kacang tanah, gerus kembali sambil diberi gula merah, air asam , air matang

dan kecap manis, aduk aduk sampai rata, jerangkan di atas api, masak sampai mendidih, angkat. Setelah dingin, beri perasan jeruk limau, aduk.

Penyajian:

Atur sayuran dan mentimun di atas piring, beri potongan kentang rebus, tahu goreng dan telur. Siram dengan kuah, taburi atasnya dengan bawang goreng , kerupuk udang dan emping.

Nilai Gizi pada Gado Gado berdasarkan resep standarisasi Nasional:

Tabel 2.4 Nilai Gizi Gado gado

Zat Gizi	Nilai Gizi per 100 Gram	Nilai Gizi per porsi
Lemak	7 gr	28 gr
Protein	7 gr	29 gr
Karbohidrat	7 gr	30 gr
Kalori	120kkal	490kkal

4. Soto

Gambar 2.19 Soto Ayam

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Menurut Dennys Lombard, seorang antropolog Perancis, dalam bukunya berjudul Nusa Jawa: Silang Budaya, soto merupakan turunan dari masakan Cina yang

bernama caudo. Sajian berkuah segar ini “lahir” di kampung Pecinan Semaran. Penggunaan mihun, suwiran daging ayam, dan bawah putih goreng, merupakan elemn-elemen yang dapat di jejaki dari tradisi kuliner China. Tidak heran bila di Makassar soto disebut coto, yang lafalnya lebih mendekati caudo

Sekarang soto telah menjadi salah satu jenis comfort food popular yang dapat di jumpai di hampir seluruh pelosok Nusantara dan namanya masing masing. Kebanyakan soto memakai soun sebagai isian. Bila soun di ganti mi, sajiannya di sebut soto mi. Pada umumnya, soto memakai daging ayam atau daging sapi proteinnya. Tetapi ada juga beberapa jenis soto yang memakai udang dan ikan.

Bila di perlakukan seperti hidangan pembuka. Soto tidak di sajikan dengan nasi, dan kuah kaldunya juga perlu sedikit di lunakkan agar tidak terlalu gurih dan berminyak. Spektrum rasanya yang luas merupakan cerminan langsungdari penggunaan bumbu-bumbu yang kaya, seperti: bawang merah/putih, kemiri, lengkuas, jahe, serai dan lain lain.

Bahan (7-8 porsi):

- 3000 cc air untuk merebus ayam
- 500 gr (½ ekor) ayam kampung, sudah bersih, tanpa isi perut
- 36 gr (3 batang) serai, dimemarkan
- 30 gr (3cm) lengkuas, dimemarkan
- 1 gr (1-2 putih) cengkih
- 2 gr ½ butir pala
- 1 ½ sdt garam
- 100 gr (2 butir) jeruk nipis, di belah-belah minyak goreng

Bumbu Dihaluskan Bersama:

- 120 gr (12 butir) bawang merah
- 12 gr (6 siung) bawang putih
- 21 gr (3 cm) jahe
- 15 gr (3 cm) kunyit

- 20 gr (5 butir) kemiri sangria
- 1 ½ sdt merica
- 1 ½ sdt ketumbar sangrai

Kremes:

- 200gr (10 siung) bawang putih, cincang halus dan di goreng
- Pelengkap:
- 50 gr mie sun kering, direndam dalam air hingga lembut, di gunting 10cm
- 165 gr (3 butir) telur, rebus, dibelah-belah
- 50 gr kol diiris ½ cm , direbus
- 150 gr taoge, diseduh air panas sebentar
- 10 gr (2 batang) seledri, diiris-iris ½ cm
- 6 gr (3 sdm) bawang putih goreng
- Sambal Cabai

Cara Membuat:

1. Ayam direbus, bersama serai, lengkuah, cengkih, dan garam sampai mendidih, kecilkan api. Rebus kembali sampai kuah ayam berkurang. Keluarkan ayam, takar kaldunya sebanyak 1750 cc kalau kurang tambahkan air, masak kembali. Goreng ayam sebentar, angkat, tiriskan, lalu disuwir suwir , sisihkan.
2. Panaskan 6 sdm minyak goreng, tumis bumbu halus sampai matang dan harum, tuang ke dalam panic kuah soto. Didihkan kembali, beri kecap manis, angkat.
3. Penyajian: atur dalam mangkok saji, kol, ayam suwir, taoge, dan mien suun di dalamnya. Tuang kuah soto yang panas , taburi seledri dan bawang putih goreng. Beri telur rebus di atasnya. Sajikan selagi panas dengan sambal cabai dan jeruk nipis

Nilai Gizi pada Soto Ayam Lamongan berdasarkan resep standarisasi Nasional:

Tabel 2.5 Nilai Gizi Soto Ayam

Zat Gizi	Nilai Gizi Per 100 Gram	Nilai Gizi per porsi
Lemak	4g	13g
Protein	5g	19g
Karbohidrat	3g	12g
Kalori	70kkal	240kkal

5. Sate

Gambar 2.20 Sate Ayam

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Indonesia adalah negeri dengan varian sate yang sangat kaya . Sate adalah cara mudah untuk menyajikan berbagai jenis daging. Setiap daerah Indonesia memiliki sate juara masing-masing.

Memiliki nama dan bentuknya, banyak yang menduga bahwa asal usul (foodway) state adalah dari Cina. *Sa they* dalam bahasa Cina berarti “tiga potongan daging”. Di daratan Tiongkok, sate di kenal di kawasan Xinjiang yang mayoritas muslim. Teori ini sejalan dengan fakta sejarah yang menunjukkan bahwa syi’ar Islam di Indonesia juga berasal dari para ulama yang di bawa Ekspedisi Cheng Ho.

Beberapa sate ayam unggulan Indonesia adalah sate ayam dari Madura dan sate ayam dari Ponorogo. Hampir semua sate ayam di sajikan dengan sambal kacang

sebagai kodimen. Sambal kacangnya kadang-kadang di campur dengan kecap manis.

Bahan:

- 600 gr fillet ayam paha dan dada , dipotong ukuran 1 ½ x 2 cm
- 150 gr lemak ayam, dipotong jadi 12-15
- 8 sdm kecap manis
- 7-8 sdm minyak goreng
- Tusuk sate

Saus Kacang:

- 300 gr kacang tanah, di sangrai, di haluskan
- 100 gr (5 buah) cabai merah)
- 32 gr (2sdm) gula merah, diiris tipis/disisir
- 8-10 sdm kecap manis
- 6 gr (1-1 ½ sdt) garam
- 400-450 cc air matang

Pelengkap:

- 8 gr (8 buah) cabai rawit, diiris-iris
- 60 gr (6 butir) bawang merah, diiris tipis
- 150 gr (3 buah) tomat, diiris ½ cm
- 6 sdm kecap manis
- 20 gr (2 buah) jeruk limau
- 3 lonjor lontong

Cara membuat:

1. Tusuk 4 potong daging ayam diselingi 1 potong lemak di bagian tengah pada setiap tusuk sate
2. Saus kacang: haluskan kacang tanah bersama cabai merah sampai halus, lalu masukkan gula merah, kecap manis, garam dan air matang, aduk

3. Campur ½ bagian adonan saus kacang dengan kecap manis dan minyak goreng. Oleskan pada sate, balik balik hingga satai berlumur kecap, sisihkan.
4. Bakar sate di atas bara api arang kulit kelapa, bolak balik agar merata matangnya. Sajikan sate dengan sisa saus kacang bersama campuran tomat, bawang merah dan cabai rawit, serta kecap. Beri perasan jeruk limau dan potongan potongan lontong.

Nilai Gizi pada Sate Ayam Madura berdasarkan resep standarisasi Nasional:

Tabel 2.6 Nilai Gizi Sate Ayam

Zat Gizi	Nilai Gizi per 100 gram	Nilai Gizi per Porsi
Lemak	14g	12g
Protein	14g	12g
Karbohidrat	17g	12g
Kalori	250kkal	220kkal

2.10 Restoran

Dalam buku karangan Mertayasa (2012;02): “Restoran adalah suatu ruangan atau tempat dimana tamu dapat membeli dan menikmati makanan dan minuman atau merupakan suatu seksi untuk menyiapkan makan dan minum bagi tamu yang memerlukannya”. Restoran memiliki 2 bagian penting yaitu: satu bagian dimana tamu memesan dan menyantap makanan dan bagian lainnya dimana proses pengolahan makanan berlangsung yakni dapur. Tanpa adanya dapur, restoran tidak akan beroperasi sebagaimana mestinya yaitu untuk menjual dan membuat makanan dan minuman kepada tamu. Dapur adalah salah satu fasilitas penting pada sebuah restoran, untuk itu diperlukan dapur yang ideal yang mendukung terciptanya sistem operasional yang terorganisir dengan baik, sehingga proses produksi di dalam dapur baik dan lancar. Operasional di dapur akan terorganisasi dengan baik jika pemilihan dan penempatan peralatan dapur direncanakan dengan tepat sesuai fungsi dan luas ruang sebuah dapur. Merancang area dapur yang ideal

ditentukan dari pekerjaan apa saja yang akan dilaksanakan di dapur tersebut, dan perancangan akan lebih efektif jika dibuat berdasarkan jenis/tipe dapur. Berikut adalah tipe-tipe dapur menurut Pauli (1999;24):

1. Conventional kitchen: tipe dapur ini tidak memiliki pembagian pekerjaan (section), masih termasuk dapur rumah tangga

2. Combined preparation and finishing kitchen: tipe ini memiliki pembagian pekerjaan di dalam dapur, dan dilakukan dalam satu ruangan yang sama

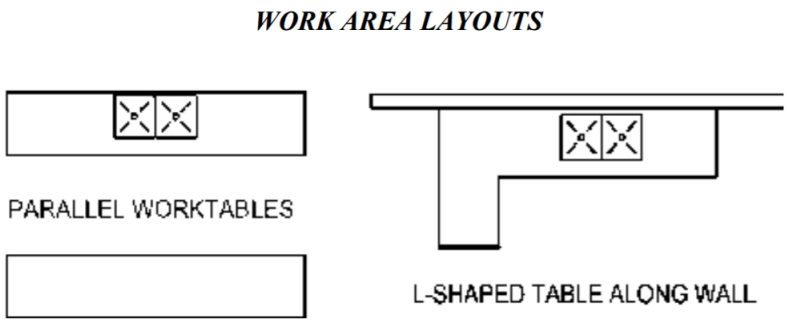
3. Separated preparation and finishing kitchen: pada tipe ini terdapat pembagian kerja, persiapan bahan makanan dan finishingmakanan dilakukan di tempat/ruangan yang berbeda

4. Open or show kitchen: tipe dapur yang terbuka, biasanya bagian depan yang terlihat oleh tamu hanya untuk finishingmakanan sedangkan persiapan bahan makanan terjadi di bagian belakang/main kitchen

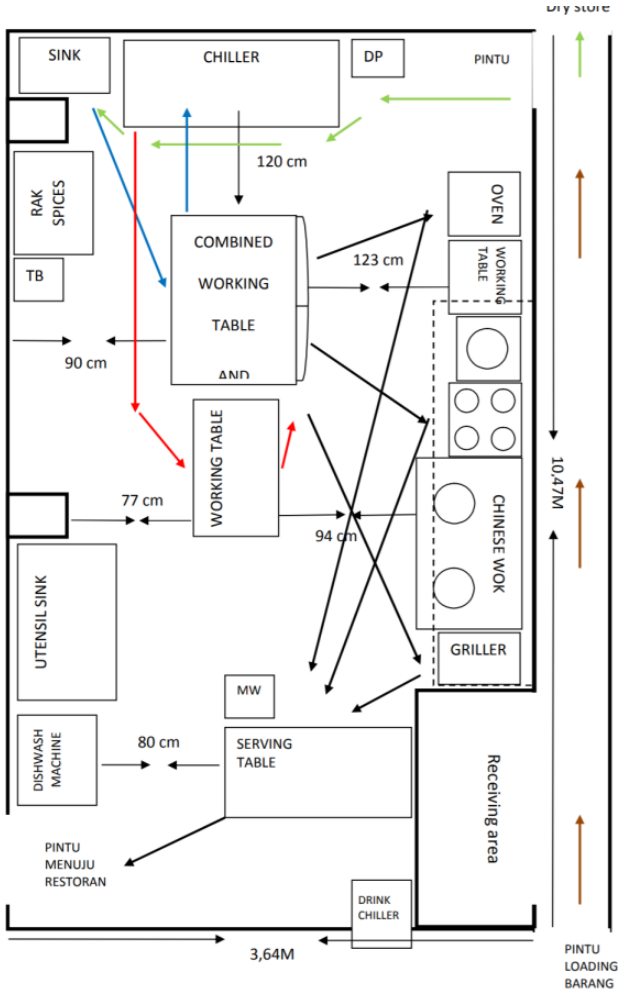
5. Fast-food kitchen: persiapan bahan makanan sudah dilakukan di pabrik sehingga pada tipe dapur ini hanya melakukan finishing saja, biasa disebut sebagai outlet

6. Industrial kitchen: sebagai main kitchen, dimana persiapan bahan makanan sampai dengan ready to cook, selanjutnya dikirim ke bagian outlet untuk finishing.

Setelah menentukan jenis/tipe dapur yang akan digunakan, selanjutnya adalah membuat layout dapur.



Gambar2.21 Denah Dapur Hotel Gandasari Anggrek

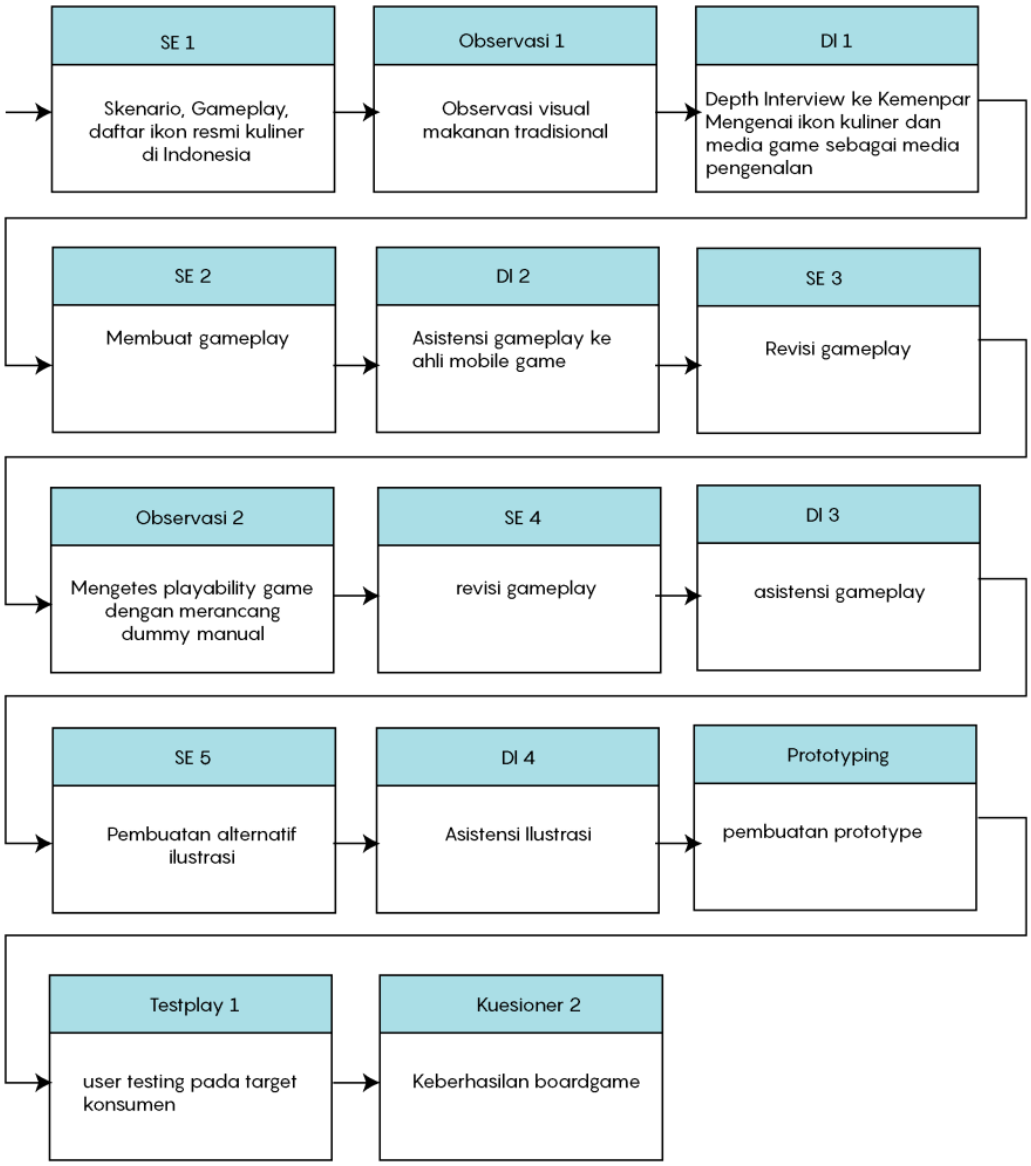


Gambar 2.22 Denah Dapur Hotel Gandasari Anggrek Keseluruhan

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Diagram Alur Perancangan



Gambar 3.1 Diagram Alur Perancangan

3.2 Rancangan Riset

3.2.1 Studi Eksperimental 1

Tujuan : Merancang skenario gameplay yang di perlukan untuk konsep board game beerdasarlan data data yang di ambil dari studi literature

Output : preferensi Gameplay sebagai acuan, serta list ikon kuliner resmi nusantara

Studi eksperimental 1 bertujuan untuk mencari konsep mobile game yang sesuai untuk peerancangan. Pada tahap awal, penulis akan merancang skenario untuk gameplay. Hasil dari studi eksperimeental ini akan di ujikan pada narasumber.

Tabel 3.1 Studi Eksperimental 1

Fokus Penelitian	Skenario, list ikon kuliner, konsep gameplay
Jenis Data	Primer
Target Output	¶ Alternatif konsep gameplay dasar dari acuan game yang sudah ada sebagai bahan referensi ¶ List ikon kuliner tradisional sebanyak 30 berdasarkan Kementrian Pariwisata

3.2.2 Observasi 1

Observasi 1 bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai asal kuliner serta bahan bahan yang di gunakan untuk membuat kuliner tersebut, hasil dari observasi berikut dapat menentukan gaya desain asset dalam perancangan mobile game.

Tabel 3.2 Observasi 1

Fokus Penelitian	visual kuliner tradisional serta bahan bahan yang digunakan untuk di jadikan asset desain mobile game
Jenis Data	Sekunder
Target Output	¶ Visual kuliner tradisional ¶ Visual Bahan bahan yang digunakan ¶ List ikon kuliner tradisional sebanyak 30 berdasarkan Kementrian Pariwisata

3.2.3 Depth Interview 1

Narasumber Interview : Anggota Kementrian Pariwisata yang mendalami program 30 ikon kuliner

Alat Interview : Perekam Handphone

Tujuan : Menanyakan pendapat tentang media game sebagai media untuk memperkenalkan kuliner tradisional dengan cara yang lebih modern

Konten yang ditanyakan:

1. Kesesuaian Media
2. Konten yang perlu di sampaikan dalam game

Tabel 3.3 Depth Interview 1

Pertanyaan	¶ Tujuan di rancangnya program

	30 ikon kuliner baik untuk masyarakat dalam negeri maupun luar negeri? ¶ Kondisi program 30 ikon kuliner saat ini seperti apa? ¶ Apakah masyarakat umum tahu akan program tersebut? ¶ Dengan media mobile game apakah akan membantu masyarakat, terutama generasi muda untuk mengenal 30 ikon kuliner tersebut?
Konten	¶ Saat ini mobile game dengan konten makanan selalu ada di posisi top grossing dan stabil, sehingga mempermudah penyebaran informasi mengenai ikon kuliner dengan cara yang lebih modern. ¶ Negara seperti India sudah mempunyai game yang membahas mengenai kuliner khas negara mereka, game tersebut berhasil memasuki

	kategori top trendang pada app store

3.2.4 Studi Eksperimental 2

Tujuan : Merancang draft gameplay berdasarkann skenario yang telah di setujui

Output : Draft konsep gameplay, dummy manual awal

Studi Eksperimental 2 bertujuan untuk membuat konsep gameplay yang sesuai dengan data yang telah di peroleh.Output dari studi eksperimental ini adalah berupa interface serta gameplay perancangan, lengkap dengan prototype awal yang berupa dummy untuk menentukan ukuran asset yang akan di terapkan pada media mobile.

Tabel 3.4 Studi Eksperimental 2

Fokus Penelitian	Draft gameplay mobile game
Jenis Data	Primer
Target Output	¶ Draft gameplay ¶ Dimensi asset dan mobile interface (makanan, karakter, opening story, ui buttons, scoring attributes) ¶ Dummy manual

3.2.5 Depth Interview 2

Narasumber Interview : Bayu Nugroho, praktisi mobile game dan 2d Artist & founder di Gambir Studio .

Alat Interview : Perekam Handphone

Tujuan : Menanyakan pendapat narasumbbr mengenai desain dan gameplay yang telah di buat, serta melihat dan menggali permasalahan yang tidak terlihat dari perspektif penulis.

Konten yang ditanyakan (2d Artist) :

1. kesinambungan gameplay dan 50opic yang akan di ajukan terhadap pemain
2. Desain mobile game secara keseluruhan

Tabel 3.5 Depth Interview 2

Pertanyaan	¶ Pendapat 2D artist mengenai skenario gameplay ¶ Apakah pesan yang di angkat dapat tersampaikan dalam game apabila menggunakan gameplay yang telah di rancang? ¶ Pasar dan segmentasi cooking game di Indonesia

3.2.6 Studi Eksperimental 3

Tujuan : Melakukan revisi gameplay

Output : Gameplay yang sudah playable dan memiliki level balancing yang baik

Studi Eksperimental 3 bertujuan untuk memperbaiki kesalahan atau keekurangan dari asistensi game yang sudah di lakukan terhadap narasumber

Tabel 3.6 Studi Eksperimental 3

Fokus Penelitian	Memperbaiki gameplay yang telah didiskusikan dengan narasumber.
Jenis Data	Primer
Target Output	¶ Draft gameplay ¶ Dimensi asset dan mobile interface (makanan, karakter, opening story, ui buttons, scoring attributes) ¶ Rough interface

3.2.7 Observasi 2

Tabel 3.7 Observasi 2

Fokus Penelitian	Menguji test touch yang sudah di rancang untuk mengobservasi kendala pengalaman pengguna
Jenis Data	Primer
Target Output	Rough Interface Level digital

3.2.8 Studi Eksperimental 4

Tujuan : Melakukan revisi UX

Output : Gameplay yang sudah playable dan memiliki level balancing yang baik

Studi Eksperimental 4 bertujuan untuk memperbaiki kesalahan atau keekurangan dari asistensi game yang sudah di lakukan terhadap narasumber

Tabel 3.8 Studi Eksperimental 4

Fokus Penelitian	Memperbaiki UX yang telah didiskusikan dengan narasumber.

3.2.9 Depth Interview 3

Narasumber Inerview : Muhammad Gyan, praktisi mobile game, dan programmer & CTO di Gambir Studio

Alat Interview : Perekam Handphone

Tujuan : Menanyakan pendapat Narasumber mengenai gameplay yang telah dibuat, serta melihat dan menggali permasalahan yang tidak terlihat di perspektif penulis. Menggali insight dan pendapat dari perspektif ahli yang nantinya akan diolah kembali oleh penulis.

Konten yang ditanyakan (Programmer) :

1. Game engine apa yang tepat untuk gameplay yang telah di rancang
2. RAB menyewa programmer untuk genre gameplay yang telah di rancang

Tabel 3.9 Depth Interview 3

Pertanyaan	¶ Kompleksitas programming untuk mobile game dengan gameplay yang telah di rancang ¶ Apa saja yang di butuhkan untuk menunjang keberhasilan level balancing pada mobile game.

3.2.10 Studi Eksperimental 5

Tujuan : Pembuatan alternative ilustrasi

Output : sketsa dan 53lternative pewarnaan ilustrasi

Tabel 3.10 Studi Eksperimental 5

Fokus Penelitian	Gaya ilustrasi makanan, button, homescreen
Jenis Data	Primer
Target Output	- Sampel sketsa karakter - Sampel skeetsa makanan - Sampel sketsa environment

3.2.11 Depth Interview 5

Narasumber interview : Hironimus Ryan , selaku 2D artist, Gambir Studio

Tujuan : Menanyakan pendapat Narasumber mengenai gaya ilustrasi yang telah dibuat, serta melihat dan menggali permasalahan yang tidak terlihat di perspektif penulis.

Konten yang ditanyakan : Kesesuain gaya ilustrasi

Tabel 3.11 Depth Interview 5

Pertanyaan	¶ Apakah ilustrasi yang dibuat sudah cukup menggambarkan makanan yang di maksud? ¶ Dari alternatif yang disajikan, gaya ilustrasi manakah yang terbaik? ¶ Apa yang masih kurang dan perlu diperbaiki dari ilustrasi

	yang telah dibuat?

3.2.12 Prototyping

Tabel 3.12 Prototyping

Fokus Penelitian	Pembuatan protoype awal
Jenis Data	Primer
Target Output	Digital |Illustration: - Opning Story - Homescreen - Level Screen - Character - Environment Interface - Environment Level - UI Buttons - Menu design - Scoring Board

3.2.13 Testplay

Tabel 3.13 Test-Play

Fokus Penelitian	Mengetes *playability* prototype yang dibuat, melihat respon pemain terhadap permainan.
Jenis Data	Primer
Target Output	3 orang pemain

3.2.14 Kuesioner Post-Test

Kuesioner diberikan pada pemain setelah melakukan proses *testplay*. Kuesioner digunakan untuk menilai keberhasilan terhadap *mobile game* yang telah dimainkan. Pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner terdiri atas 3 pokok bahasan, yaitu keberhasilan gameplay, keberhasilan user interface, dan keberhasilan level balancing.

Pertanyaan post test menggunakan metode post test dari Schell Gaming. Metode tersebut adaah "FFWWDD" yaitu "*Frustrating*" , "*Favorite*", "*Wanted*", "*Wand*" "*Doing*", "*Describe*"[19] . Metode berikut digunakan untuk mendapatkan hasil yang murni dan tidak termanipulasi dari pemain.

Selain pertanyaan dengan metode "ffwwdd", pemain akan di ajukan beberapa pertanyaan terkait rumusan masalah dan tujuan perancangan game. Pertanyaan akan menjurus kedalam ranah desain visual dalam game.

Tabel 3.14 Kuesioner Post-Test

Fokus Penelitian	Keberhasilan jalannya alur permainan
Jenis Data	Primer
Pertanyaan	- *What was the most frustrating moment or aspect of what you just played?* - *What was your favorite moment or aspect of what you just played?* - *Was there anything you wanted to do that you cou* - *If you had a magic wand to wave, and you could change, add, or remove anything from the experience, what would it be?*

[19] (Patton, 2017) https://www.schellgames.com/blog/the-definitive-guide-to-playtest-questions/

	- *What were you doing in the experience?* - *How would you describe this game to your friends and family?* Pertanyaan mengenai desain visual game - *Describe how this game gives you an experience on cooking Indonesian Food?* - *Does the overall design has an Indonesian culture value? If yes, which part of the game gave you the hint about Indonesia country?* - *Does the gameplay taught you well on cooking the Indonesian Fried Rice?* - *What visual object do you remember most in the game?* - *What makes this game different than any other cooking games that y o u ô v e p l a y e d v* - *What do you think can be done to improve the game?*

3.3 Metode Riset

3.3.1 Depth Interview

Depth Interview adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan temuan lebih dalam dari narasumber yang terkait. Dalam perancanga ini, metode berikut akan di gunakan oleh orang orang yang terkait dengan program 30 ikon kuliner serta pakar mobile game.

Luaran dari metode ini akan mnjadi informasi yang lebih dalam seputar masukan yang di angkat serta tata cara pmbuatan mobile game yang dapat di jadikann sebagai media peengnalan, interview akan di lakukan pada bberapa nama dan instansi di bawah ini:

- Bayu Nugroho Selaku 2D artist dan Praktisi Mobile Game
- Muhammad Gyan selaku programmer di Gambir Studio
- Kementrian Parawisata
- ACMI (Organisasi Aku Cinta Masakan Indonesia)

3.3.2 Kuesioner

Metode ynag menggunakan beberapa pertanyaan yang di ajukan kepada target market untuk memetakan peermasalahan. Dalam perancangan ini fungsi kuesioner akan menjadi pemetaan masakan apa saja yang akkann dijadikan urutan prioritas dari mobile game yang memiliki system leveling, serta tanggapan responden tentang mobile game sebagai media pengenalan kuliner.

Luaran dari metiode ini naninya aka mnjadi sebuah rangkaian urutann makanan apa saja yang di dahulukan di bahas dalam perancangan mobile game ini.

Kuesioner akan berisi:

- Awareness audien mancanegara akan kuliner Indonesia
- Ketertarika audien akan kuliner Indonesia di banding dengan kuliner western
- Pengetahuan audien akan kuliner Indonesia

- Pendapat audien tentang media mobile game sebagai media pengenalan interaktif
- Respon dari audien mengenai media mobile game

3.3.3 Studi Literasi

Metode yang digunakan unuk mmpelajari suatu subjek melalui literasi seperti buku, jurnal dan arikel. Dalam perancangan ini metode berikut digunakan untuk mencari beberapa buku yang berkaitan dengan subjek desain yaitu mengenai kuliner tradisional.

Luaran dari metode ini yaitu rancangan konten level dan gameplay akan disajikan dalam perancangan mobile game serta parameter kualitas dari studi eksisting serta komparator.

Studi Literasi akan di lakukan pada beberapa buku kuliner dan mengenai mobile gaming ternama seperti:

- Buku Dapur Indonesia
- Buku 30 Ikon Kuliner Nusantara
- Buku Game Mobile Learning

3.3.4 Metode Perancangan

Setelah melalui langkah riset dan menghasilkan Konsep Desain, berikutnya akan dijabarkan proses dalam merancang media, berikut adalah langkahnya.

Langkah Perancangan Mobile Game

Penentuan Genre
Perancangan Gameplay
Level Desain
Pembuatan Dummy Game (Prorotype Sederhana)
Pemilihan Visual Style:

- Merancang Aset (karakter, animation)
- Merancang Environment

- Merancang UI Game
  Level Balancing
  User Testing
  Feedback

3.3.5 Penentuan Genre

Pemilihan genre merupakan pondasi awal yang menentukan kebutuhan game dan cara memainkannya seperti apa, dan asset apa saja yang akan di buat. Penentuan genre akan berpengaruh dari hasil kuesioner terhaadap target audien yang di sasar.

3.3.6 Perancangan Gameplay

Gameplay atau cara memainkan suatu game menghubungkan antara apa yang harus di lakukan pemain, tujuan permainan dan tantangan uamanya seperti apa. Gameplay menentukan aksi apa saja yang dapat di lakukan pemain. Desain gameplay mencakup berbagai aspeek seperti, tingkat kesulitan level, prosedur pemain terhadap game, kebutuhan elemen gamenya, maupun system game yang seimbang, semua aspek berikut dapat di sebut game mekanik.

3.3.7 Level Desain

Merancang leevo desain adalah bagian dimana pemain berinteraksi dengan elemengamepllay, dan mempengaruhi player da;am tantangan sebuah game. Level desain juga dapat berfungsi mengubah isi konten yang disajikann kepada pemain. Tidak semua game menampilkan level desain secara terang terangan bahkan ada yang tersirat, bahkann ada bberapa game yang idak memerlukan level desain seepeerti game game sederhana.

3.3.8 Prototype Sederhana (Perancangan Dummy)

Perancangan prototype sederhana digunakan untuk menguji gameplay telah di rancang. Perancanngn prototype dapat di buat dengan membentuk dummy sederhana secara manual (menggunakan media kertas) lalu di ujikan kepada target audien. Hasil dari pengujian prototype sederhana dapat di gunakan sebagai tolak ukur keesulitan permainan (gameplay).

3.3.9 Pemilihan Gaya Visual

Dalam tahapan ini, penulis akan merancang asset dari mulai karakter hingga animasi pada benda benda yang meemiliki movement, lalu merancang UI game seperti button dan controls, dan environment yang terdapat pada game dengan gaya visual yang sesuai untuk target audien.

3.3.10 Level Balancing

Setelah gameplay di rancang, level balancing merupakan tahap selanjutnya untuk mengatur keseimbangan permainan. Level balancing dapat di ukur dari tingkat kesulitan setiap level dan bagaimana pemain dapat memenangkan level tersebut.

3.3.11 User Testing

Setelah mobile game sudah dapat di mainkan, maka game tersebut akan di uji coba kan kepada target audien

3.3.8 Feedback

Feedback membahas menngenai saran dan masukan dari audien untuk game yang telah di rancang. Dari tahap ini penulis dapat menemukan poin poin penting yang dapat di gunakan untuk pengembangan selanjutnya.

3.4 Jadwal Pelaksanaan penletian

Tabel 3.15 Timeline Penelitian

Kegiatan	**Minggu ke**										
	6	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**
SE1											
Observasi 1											
DI 1											
SE 2											
DI 2											
SE 3											

BAB 4

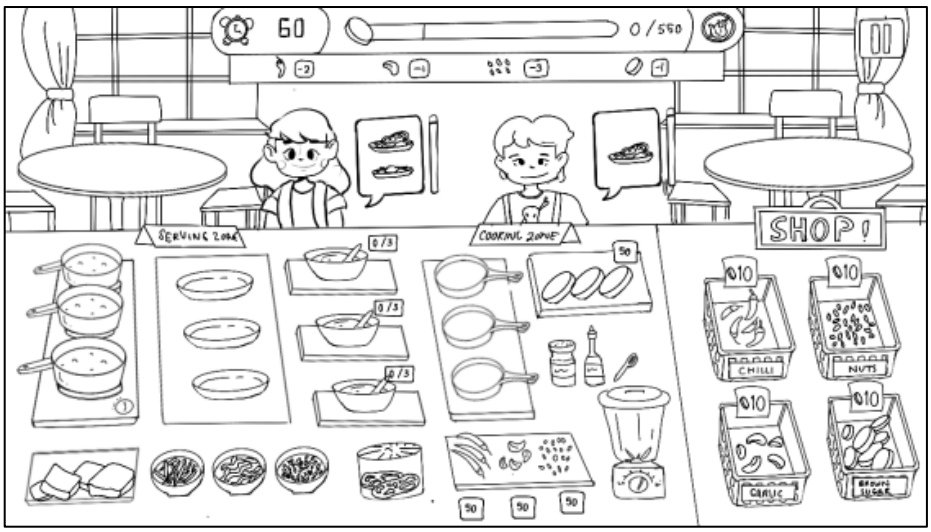
ANALISA PENELITIAN

4.1 Hasil Penggalian Data

4.1.1 Studi Eksperimental

A. Skenario

Salah satu tujuan studi eksperimental 1 ialah untuk mencari konsep game yang sesuai untuk perancangan. Pada tahap awal, penulis merancang draft scenario alur cerita permainan. Berikut adalah alternatif yang telah dibuat:



Gambar 4.1 Alternatif 1

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

1. Alternatif 1

Lindsey adalah seorang mahasiswa Cultural Sciences dari Amerika yang sedang berkunjung ke Indonesia untuk meneliti keragaman budayanya . Di Indonesia ia tinggal dengan keluarga Hartono , yang berperan sebagai host family Lindsey semasa penelitiannya. Keluarga Hartono ternyata dikenal sebagai keluarga yang

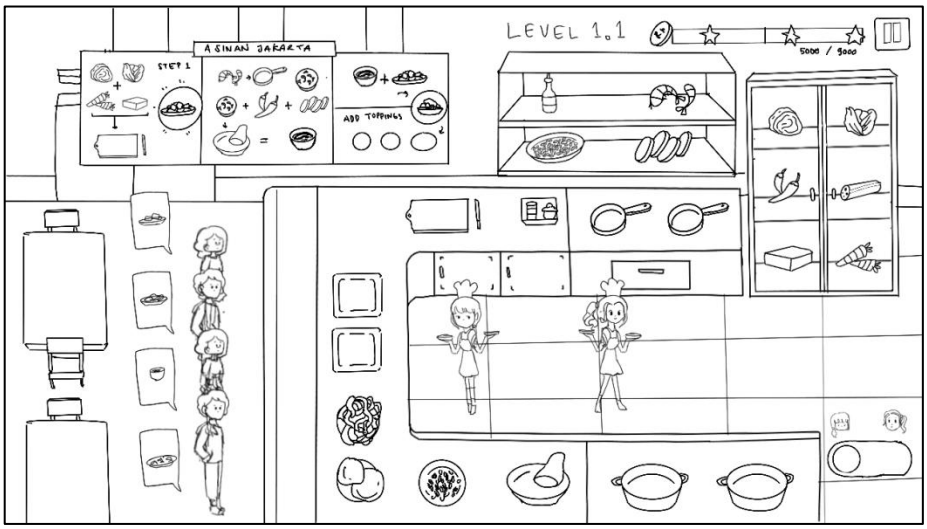
jago memasak, Lindsey sangat senang dengan makanan yang di sajikan Ibu Hartono setiap harinya, makanan makanan tersebut berupa kuliner tradisional khas Indonesia. Ia pun mengusulkan ide untuk keluarga Hartono agar membuka restoran dengan menu kuliner tradisional. Ibu Hartono setuju dengan ide Lindsey, namun Lindsey harus banyak belajar memasak kuliner tradisional dan mengelola restoran agar restoran barunya dapat di kenal oleh masyarakat luas.

Garis besar permainan:

- Map level berupa monument kota asal kuliner tersebut
- Pelanggan berasal dari Indonesia, dan kadang turis luar negeri
- Apabila player mengklik level pada map , maka akan keluar catatan resep yang berisikan makanan yang akan di masak dengan sejarah makanan serta bahan bahan yang ada pada makanan tersebut
- Pemain harus melewati 5 sub level dengan jumlah bintang tertentu untuk mendapatkan visual recipe book dan melanjutkan ke level selanjutnya dengan makanan yang berbeda
- Setiap level hanya membahas satu jenis kuliner, namun lengkap dengan tahapan memasaknya
- Metode yang diterapkan berupa Serve, Cook and Shop, dimana pemain harus melayani, meracik masakan dan membeli bahan masakan
- Pelanggan memiliki emotion bar yang menunjukkan tingkat kesabaran mereka ketika menunggu makanan
- Player harus mengatur strategi keuangan mereka agar dapat mencapai goal pada level tersebut
- Ada poin tambahan setiap player melakukan combo 3
- Pada level 1.1 , ada tutorial yang menunjukkan langkah langkah memasak secara bertahap
- Seiring naiknya sub level, item item pada level tersebut dapat di upgrade sehingga memudahkan pemain dalam memasak
- Setiap level memiliki batasan waktu

- Ada mode multiplayer agar pemain dapat mengajak teman untuk membantu mereka menyelesaikan level

2. Alternatif 2



Gambar 4.2 Alternatif 2

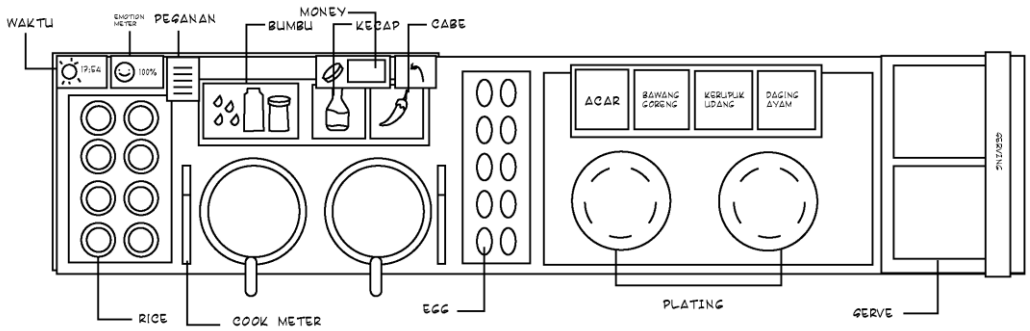
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Tiara adalah cucu dari Mrs. Theresa, seorang koki handal di Ibukota pada zamannya. Namun Tiara tidak pernah bertemu dengan neneknya karena ia sudah meninggal ketika Tiara masih bayi. Tiara berbakat memasak seperti neneknya, dan ingin membangun restorannya sendiri. Suatu hari ia berencana membuka restorannya dengan bantuan temannya di rumah lama neneknya, Ia masuk ke ruangan tengah untuk merapihkan perabotan, tiba tiba ia melihat buku catatan resep mengenai kuliner tradisional Indonesia peninggalan neneknya, ia pun terinspirasi dan mencoba untuk memasak kuliner tersebut. Merasa senang dengan hasilnya, ia mulai menjual makanan hasil resep neneknya dan mendapatkan banyak pembeli. Karena sukses, Tiara mulai memperbesar restorannya dan menghiasi interiornya

Garis besar permainan

- Map level berupa interior restoran sendiri yang dapat di hias dengan perabotan dan dekorasi lainnya seiring dengan pendapatan di tiap level
- Ada 2 karakter yang membantu pemain dalam memasak dan melayani pelanggan (untuk upgrade dapat di tambah hingga maximum 4 karakter (co ok helper + serve helper)
- Pemain harus melewati 5 sub level untuk mendapatkan visual recipe book dan melanjutkan ke level selanjutnya dengan makanan yang berbeda
- Setiap level membahas makanan berdasarkan tipenya (Makanan pembuka, one dish meal, dessert, dll)
- Metode yang diterapkan berupa Serve, and cook
- Pelanggan memiliki emotion bar yang menunjukkan tingkat kesabaran mereka ketika menunggu makanan
- Ada poin tambahan setiap player melakukan combo 4
- Pada level 1.1 , ada tutorial yang menunjukkan langkah langkah memasak secara bertahap
- Seiring naiknya sub level, item item pada level tersebut dapat di upgrade sehingga memudahkan pemain dalam memasak
- Setiap level memiliki batasan waktu
- Ada mode multiplayer agar pemain dapat mengajak teman untuk membantu mereka menyelesaikan level
- Mode multiplayer berupa split karakter , Dimana player dapat memilih peran karakter mana yang akan mereka mainkan.
- Goal: mengoleksi 30 ikon kuliner recipe book

3. Alternatif 3



Gambar 4.3 Alternatif 3

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Alternatif berikut menggunakan gameplay simulation/time management, dimana pemain harus berhasil mendapatkan untung dari menjual makanan khas Indonesia setiap harinya. Skenario cerita pada alternative berikut adalah tentang seorang chef yang ingin mengunggulkan makanan Indonesia di tengah maraknya perkembangan makanan cepat saji. Pemain kalah apabila rugi/bankrupt dalam mengelola restoran

Garis Besar Permainan:

- Level dalam game disebut dengam “Day 1, 2, 3…”
- Pemain yang sudah naik level tidak dapat kembali ke level sebelumnya
- Dalam level terdapat beberapa indicator seperti mood, time, money. Mood mengindikasi pemain emosi pelanggan ketika menunggu makanan di masak, mood dimulai dari 100%, dan setiap 2 detik turun 1%, sehingga pemain harus cepat dalam menyajikan makanan. Semakin besar persennya, semakin besar tips yang di berikan dari pelanggan.
- Time merupakan indikasi dari jam buka restoran, di mulai dari jam 10:00 hingga jam 21:00. Dimana indikasi waktu bertambah 5 menit (dalam game) setiap 12 detik.
- Pelanggan yang datang ke restoran akan memesan makanan, lalu chef akan memasak makanan pada laman dapur yang terpisah. Apabila chef berhasil memasak maknan sesuai dengan yang di inginkan pelanggan, maka pelanggan akan membayar uang tips. Namun apabila sebaliknya, pelanggan akan meminta refund sehingga merugikan usaha chef.

- Pada laman dapur, pemain akan memasak suatu menu dengan langkah langkah yang sudah di jelaskan di tutorial (level 1)
- Uang tips atau hasil dari keuntungan pemain dapat di gunakan untuk mengupgrade interior restoran atau mengupgrade bahan bahan masakan.

4.1.2 Depth Interview 1

Tabel 4.1 Depth Interview 1

Protokol	Jawaban dan Hasil
Tujuan	- Pemasaran Cooking Game dalam 5 tahun terakhir - Kesulitan gameplay yang akan di rancang
Lokasi	Gambir Studio, Jogjakarta
Waktu	Rabu, 11 November 2018
Narasumber	Nama: Bayu Nugroho Jabatan: CCO Gambir Studio Keahlian: 2D Artist Nama: Hironimus Ryan Jabatan: Keahlian: 2D Artist Nama: Muhammad Gyan Jabatan: Keahlian: Programmer
Dokumentasi	

Gambar 4.4 Interview dengan 2D artist Gambir Studio, Bayu Nugroho |
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Gambar 4.5 Interview dengan programmer Gambir Studio, Muhammad Gyan
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

	  Gambar 4.6 Interview dengan 2d artist Gambir Studio, Hironimus Ryan Sumber: Kireina Aisyah, 2020
Tools	Voice Recorder (Durasi 1 jam 42 menit)
Hasil Wawancara:	- Cooking Game memiliki pasar yang stabil dari tahun ke tahun. Dapat dilihat dari jumlah download yang selalu di atas 500k - Cooking game dapat di utilised sebagai media promosi - Segmentasi Cooking Game yang akan di rancang tepat untuk remaja perempuan - Referensi untuk gamee yang akan di rancang gameplay 1: Ramen Chain - Referensi visual untuk gameplay 2: Dessert Chain - Gameplay 3, skenarionya tricky - Gameplay mu lebih berat ke programming nya

	- Referensi: Delicious World - Bikin prototype dulu - Gameplay 2 : banyak di animasi , sulit di pengaturan layout (layering) - Multiplayer: Bluetooth/ wlan. Indo internetnya ga stabil kalo buat server - Overcooked: Referensi game multiplayer lokal, co-op dan versus - Gameplay cooking game multiplayer unik karena sebelumnya belum ada di mobile - Kalo versus masih make sense - Kalo co op kalau mau dibagi jadi waiter dan cooker - Programming bisa murah kalau kita bantu bikin assed an layout - Pakai wlan, bikin server di hp - Kalau mau multiplayer offline - Altternatif 3 lebih possible untuk di jadikan multiplayer karena memiliki 2 karakter - Kembangin konsep yang alternative 3 terus nanti di asistensi ulang - Konten 30 ikon kuliner dapat di jadikan IP tersendiri karena mengangkat sesuatu yang baru

Kesimpulan:

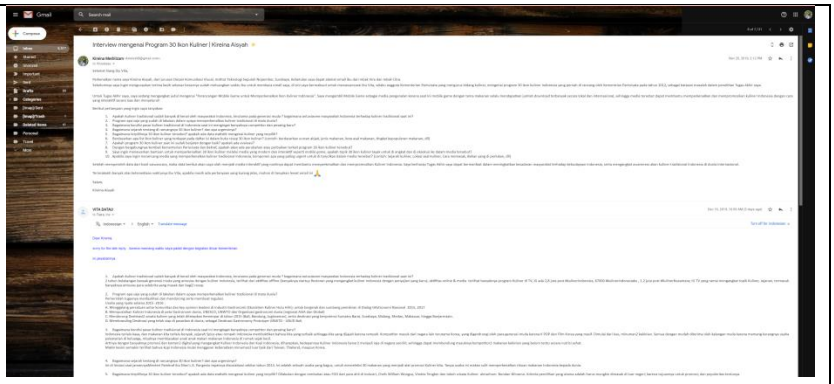
Dari wawancara kepada ahli mobile game, penulis di berikan saran untuk merancang game single player namun dengan gameplay yang unik. Lalu sebaiknya gamenya tidak hanya sekedar bermain dalam segi ketangkasan namun juga dapat menunjukkan tahapan tahapan memasak agar lebih sesuai dengan tujuan perancangan.

4.1.3 Depth Interview 2

Ketika memulai penelitian, penulis berencana ingin mengangkat program 30 ikon kuliner sebagai konten dari mobile game. Program 30 ikon kuliner merupakan program dari Kementrian Pariwisata yang di keluarkan pada tahun 2012. Tujuan dari depth interview berikut untuk mengetahui mengenai kondisi promosi dan minat kuliner tradisional di Indonesia, serta relevansi program 30 ikon kuliner untuk di angkat sebagai konten utama dalam mobile game. Untuk menjawab ersoalan tersebut, penulis menghubungi ibu Vita Datau, selaku ketua tim percepatan kuliner dan pariwisata di Kementrian Pariwisata untuk di ajak berdiskusi mengenai program 30 ikon kuliner, berikut adalah hasil yang di peroleh dari wawancara tersebut:.

Tabel 4.2 Depth Interview 2

Protokol	Jawaban dari hasil
Tujuan	- Relevansi program 30 ikon kuliner - Perkembangan kuliner tradisional di Indonesia, dan usaha apa yang di gunakan untuk mempromosikan kuliner tersebut
Lokasi	Remote, melalui email
Waktu	16 Desember 2019
Narasumber	Nama: Vita Datau Jabatan: Ketua Tim Percepatan Wisata Kuliner Belanja

Dokumentasi	 Gambar 4.7 Hasil Wawancara melalui email | Sumber: Kireina Aisyah, 2020 Gambar 4.8 Ibu Vita Datau | Sumber: tribbunews.com Juni 2016

Hasil Wawancara	
Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah kuliner tradisional sudah banyak di kenal oleh masyarakat Indonesia, terutama pada generasi muda ? bagaimana antusiasme masyarakat Indonesia terhadap kuliner tradisional saat ini?	2 tahun belakangan banyak generasi muda yang antusias dengan kuliner Indonesia, terlihat dari aktifitas offline (banyaknya startup Restoran yang mengangkat kuliner Indonesia dengan penyajian yang baru); aktifitas online & media terlihat banyaknya program Kuliner di TV, IG ada 2,8 juta post #kulinerindonesia, 67000 #kulinerindonesiaku , 1.2 juta post

	#KulinerNusantara; IG TV yang ramai mengangkat topik Kuliner, Jajanan, termasuk banyaknya antusias para selebrita yang masak dan bagi2 resep.
2. Program apa saja yang sudah di lakukan dalam upaya memperkenalkan kuliner tradisional di mata dunia?	Pemerintah tugasnya menfasilitasi dan mendorong serta membuat regulasi. Usaha yang nyata selama 2015 -2016 : A. Menggalang persatuan antar komunitas dan key opinion leaders di Industri Gastronomi (Ekosistem Kuliner Hulu Hilir); untuk bergerak dan sumbang pemikiran di Dialog GAstronomi Nasional 2015, 2017 B. Memposisikan Kuliner Indonesia di peta Gastronomi dunia, UNESCO, UNWTO dan Organisasi gastronomi dunia (regional ASIA dan Global) C. Mendorong Destinasi2 wisata kuliner yang telah ditetapkan Kemenpar di tahun 2015 (Bali, Bandung, Joglosemar), serta destinasi yang berpotensi Sumatra Barat, Surabaya, Malang, Medan, Makassar, hingga Banjarmasin. D. Membranding Destinasi yang telah siap di pasarkan di dunia, sebagai Destinasi Gastronomy Prototype UNWTO - UBUD Bali.
3. Bagaimana kondisi pasar kuliner tradisional di Indonesia saat ini mengingat banyaknya competitor dan pesaing baru?	Indonesia terlalu kaya, dan makanan kita terlalu benyak, sejarah Spice atau rempah Indonesia membuktikan bahwa kita yang terbaik sehingga kita yang dijajah karena

	rempah. Kompetitor masuk dari negara lain terutama Korea, yang digandrungi oleh para generasi muda karena K POP dan Film Korea yang masif. Dimulai dari kue, minuman2 kekinian. Semua dengan mudah diterima oleh kalangan muda karena memang kurangnya usaha pelestarian di keluarga, misalnya membiasakan anak anak makan makanan Indonesia di rumah sejak kecil. Artinya dengan banyaknya promosi dan konten2 digital yang mengangkat Kuliner Indonesia dan Kopi Indonesia, diharapkan, kedepannya Kuliner Indonesia benar2 menjadi raja di negara sendiri; sehingga dapat membendung masuknya kompetitor2 makanan kekinian yang belum tentu secara nutrisi sehat.
4. Bagaimana sejarah tentang di rancangnya 30 ikon kuliner? dan apa urgensinya?	Ini di Inisiasi saat jamannya Menteri Parekraf ibu Mari L.K. Pangestu tepatnya disosialisasi sekitar tahun 2013. Ini adalah sebuah usaha yang bagus, untuk menseleksi 30 makanan yang menjadi alat promosi Kuliner kita. Tanpa usaha ini makan sulit memperkenalkan ribuan makanan Indonesia kepada dunia.
5. Bagaimana terpilihnya 30 ikon kuliner tersebut? apakah ada data statistik mengenai kuliner yang terpilih?	Dilakukan dengan rembukan atau FGD dari para ahli di Industri, Chefs William Wongso, Vindex Tengker dan tokoh wisata Kuliner almarhum Bondan Winarno. Kriteria pemilihan yang utama adalah harus mungkin

	dimasak di luar negeri; karena tujuannya untuk promosi; dan populeritas tentunya.
6. Apakah program 30 ikon kuliner saat ini sudah berjalan dengan baik? apakah ada evaluasi?	Di Evaluasi oleh Tim Percepatan dengan menambah referensi dari apa yang dikatakan media luar, lalu bisa ditemui di Restoran2 Indonesia di mancanegara, juga sudah biasa dimasak oleh masyarakat kita di LN / Diaspora; sebagai ujung tombak promosi kuliner kita. Maka kita perkuat dengan hanya menaikan 5 makanan Nasional : Rendang (makanan lezat dan populer menurut survey CNN 2011, 2017); NAsi Goreng, Sate, Soto, dan Gado2.
7. Dengan bergabungnya kembali Kementerian Pariwisata dan Bekraf, apakah akan ada perubahan atau perbaikan terkait program 30 ikon kuliner tersebut?	Akan dan sedang menunggu arahan Menteri.
8. Saya ingin menawarkan bantuan untuk memperkenalkan 30 ikon kuliner melalui media yang modern dan interaktif sepertimobile game, apakah topik 30 ikon kuliner layak untuk di angkat dan di eksekusi ke dalam media tersebut?	tidak relevan lagi memperkenalkan 30 Ikon Kuliner; cara terbaik adalah memperkenalkan makanan lokal authentic sesuai destinasinya. Sedangkan 5 makanan nasional adalah "PULL FACTORS" atau lokomotif promosi yang akan menarik makanan2 lain. Makanan saja tidak cukup menari tanpa cerita dibaliknya.

9. Apabila saya ingin merancang media yang memperkenalkan kuliner tradisional Indonesia, komponen apa yang paling urgent untuk di tonjolkan dalam media tersebut? (contoh: Sejarah kuliner, Lokasi asal kuliner, Cara memasak, Bahan yang di perlukan, dll):	1. Makanan Sebagai gaya hidup dari sebuah wilayah 2. Budaya, Sejarah 3. Budaya Makan, Budaya Masak 4. Lokal Produk atau bahan lokal asli dari daerah tersebut 5. Nutrisi yang terkandung kaitannya dengan kesehatan 6. Cerita dibalik makanan

4.1.4 Depth Interview 3

Tabel 4.3 Depth Interview 3

Protokol	Jawaban dan Hasil
Tujuan	- Cara memasak salah satu masakan nasional Indonesia (Nasi Goreng) dari chef yang sudah berpengalaman
Lokasi	All Sedayu Hotel Kelapa Gading
Waktu	28 Januari 2020, pukul 14:00
Narasumber	Nama: Suryanto Jabatan: Head Chef

Dokumentasi	 Gambar 4.9 Head Chef Suryanto Hotel All Sedayu Sumber: Kireina Aisyah, 2020
Tools	Voice recording (iPad)
Hasil Wawancara	
Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana cara chef memasak Nasi Goreng untuk menu Hotel ?	Pertama, siapkan Teflon, dipanaskan, lalu berikan minyak, lalu masukin telor, auk aduk, masukin seafood aduk aduk, masukin daun bawang dan cabe potong, kira kra udah harum, masukin nasi setelah baunya tercium. Setelah satu menit tambahkan kecap manis, lalu di plating. Plating bisa menggunakan telur dadar dan acar sebagai garnishnya
2. Untuk Seasoningnya biasanya di tambahkan apa ya?	Biasanya di tambahkan garam , merica, dan kecap ikan di kanan kirinya panci. Minyak wijen jarang. Minyak, daun bawang potong, cabe merah besar yang isinya sudah di buang. Seasoning garam, merica, dan chicken kenor. Untuk nasi goreng ikan asin menggunakan kecap ikan, biasanya garnishnya ada seledri (lettuce) Nasi goreng abang abang semua bymbunya sudah jadi paste (sambal) (bumbunya sudah di campur

	semua)
3. Jenis jenis Nasi Goreng ada apa saja ya?	Nasi goreng modelnya banyak, chinese fried rice tidak pakai kecap minat dari orang tionghoa, kalo orang chinese dari wilayah medan suka sama yang ada rasa manisnya, sehingga dibutuhkan kecap manis untuk melengkapi masakan berikut
4. Apakah ada resep yang harus di ikuti ketika memasak di hotel	Biasanya chef sudah belajar secara otodidak tanpa menggunakan resep ketika memasak. Namun resepnya ada. Biasanya resep digunakan untuk memasak nasi goreng dalam jumlah banyak.

4.2 Studi Visual

4.2.1 Visualisasi Tahapan memasak Nasi Goreng

Gambar 4.10 Nasi Goreng Kampung

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Berikut adalah foto Nasi Goreng Kampung dari Restoran Omah Buntut, HEMA Group. Ciri ciri khas Nasi Goreng Kampung adalah nasi berwarna kecokelatan, dengan hiasan bawang goreng dan daun bawang, mentimun, irisan tomat dan acar. Serta adanya telur mata sapi sebagai penghias

Gambar 4.11 Topping dari nasi goreng kampung

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Berikut merupakan denah dapur hotel yang di gunakan sebagai referensi untuk penempatan asset dalam mobile game.

Gambar 4.12 Dokumentasi memasak nasi goreng

Sumber: Dokumentasi All Sedayu Hotel

Berikut merupakan dokumentasi proses memasak nasi goreng. Dapat diperhatikan pada gambar berikut bahwa terdapat 2 teflon dengan ukuran besar dan kecil. Teflon besar digunakan untuk memasak bahan maknanan dan nasi. Sementara Teflon kecil digunakan untuk memasak telur.

4.2.2 Visualisasi Tahapan Memasak Nasi Goreng

Gambar 4.13 Dokumentasi bahan bahan yang sudah di potong (cabai dan daun bawang)

Sumber: Dokumentasi All Sedayu Hotel

Gambar 4.14 Dokumentasi bahan bahan yang sudah di potong bawang merah

Sumber: Dokumentasi All Sedayu Hotel

Gambar 4. 15 Foto bahan bahan yang di potong (daun bawang)

Sumber: Dokumentasi All Sedayu Hotel

Gambar 4.16 Tahapan mencampur telur ke bahan bahan yang telah di campur

Sumber: Dokumentasi All Sedayu Hotel

Gambar 4.17 Tahapn memasukan nasi ke dalam campuran bumbu

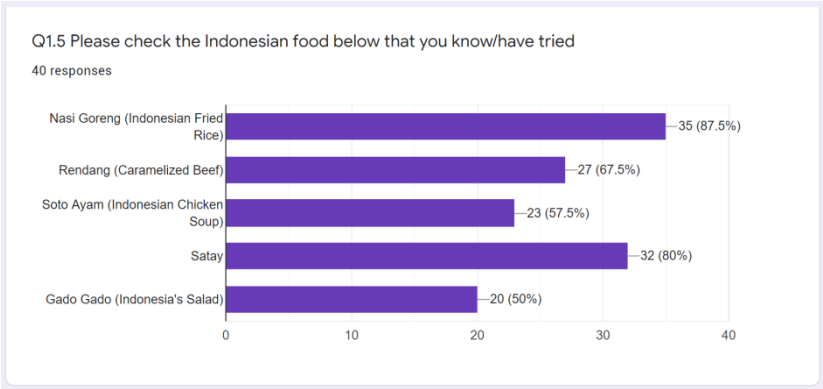
Sumber: Dokumentasi All Sedayu Hotel

Gambar 4.18 Tahapan ketika nasi goreng sudah siap untuk di plating

Sumber: Dokumentasi All Sedayu Hotel

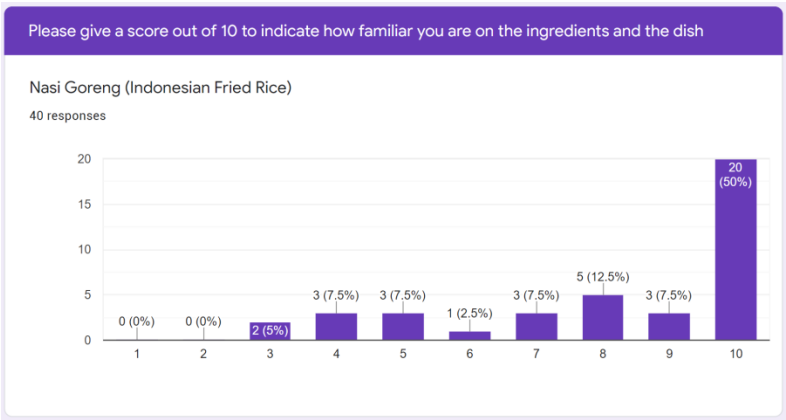
4.3 Hasil Kuesioner

Kuesioner di bagikan kepada responden yang memiliki kewarganegaraan luar negeri, berikut hasil yang diperoleh dari 52 responden dari negara yang berbeda beda. Hasil kuesioner berikut merupakan penunjang dalam proses mengonsep mobile game.

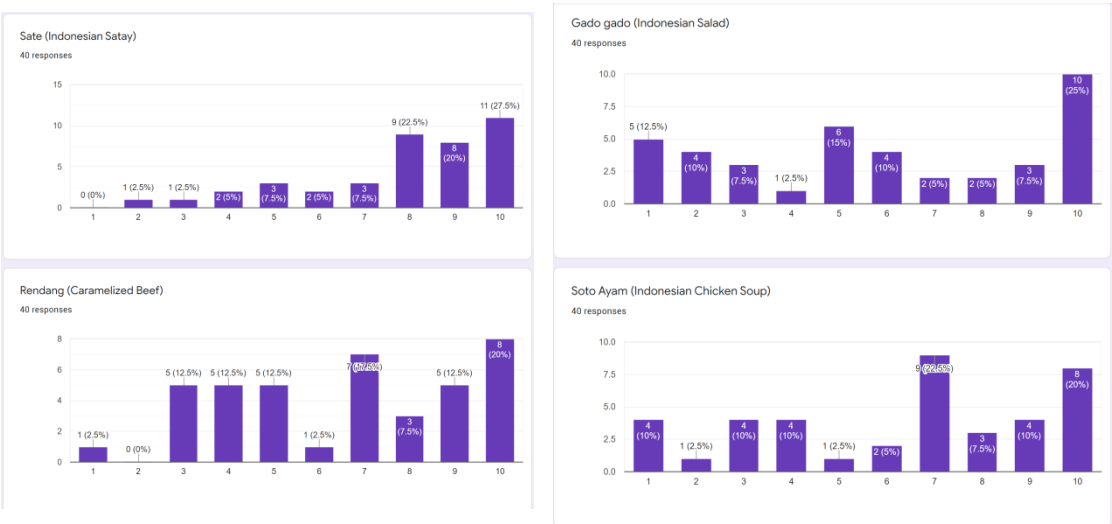


Gambar 4.19 Diagram mengenai makanan Indonesia yang pernah di coba oleh responden

Dari hasil kuesioner mengenai pengetahuan kuliner Indonesia kepada 52 Responden, sebanyak 40 orang pernah mencoba setidaknya salah satu dari ke 5 makanan Nasiional tersebut. Makanan Nasional yang paling banyak telah di coba oleh responden adalah “Nasi Goreng”. Berdaarkan Hasil dari kuesioner berikut, maka Nasi Goreng di jadikan level pertama dalam perancangan game, karena adalah makanan yang paling familiar.



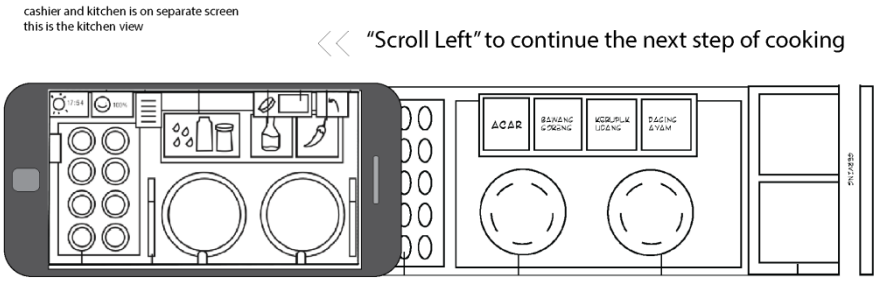
Gambar 4.20 Diagram mengenai tingkat ke familiaran responden terhadap bahan dan makanan “Nasi Goreng”



Gambar 4.21 Diagram mengenai tingkat ke familiaran responden terhadap bahan dan ke 4 makanan lainnya

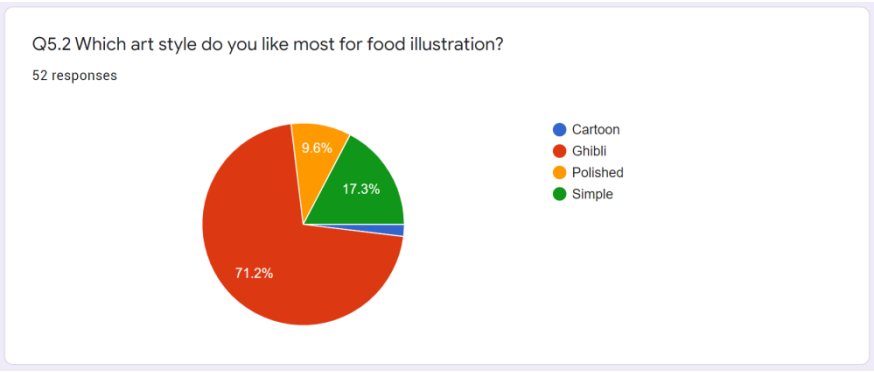
Selain Nasi Goreng dinilai sebagai makanan yang familiar, responden juga menilai bahwa bahan bahan yang digunakan untuk memasak nasi goreng sangat mudah di kenali. Pernyataan berikut dapat di lihat dari banyakanya pemberian nilai 10 kepada pemahaman mengenai makanan Nasi Goreng, dibandingkan dari ke 4 makanan lainnya

Gambar 4.22 Kuesioner mengenai Layout Game



Gambar 4.23 Hasil Layout yang terpilih

Dari hasil pernyataan di atas, responden cenderung memilih ke opsi scrol layout sebagai layout untuk cooking game pada bagian "kitchen".



Gambar 4.26 Kuesioner mengenai ilustrasi makanan

Gambar 4.27 Style “Ghibli”

Pertanyaan kuesioner Q5.2 adalah mengenai penggayaan visual pada ilustrasi makanan yang akan di gambarkan pada fitur “Buku Resep” dalam game. Gaya visual yang di pilih adalah style Ghibli

4.4 Hasil Post-test

Berikut adalah hasil post-test yang di ajukan kepada 3 pemain dari luar negeri, kuesioner berikut di ajukan melalui google form dengan pertanyaan yang menggunakan metode “ffwwdd” dari Schell Games sebagai pertanyaan umum yang umumnya ditanyakan dalam testplay permainan mobile. Hasil dari post test berikut akan membentuk kesimpulan pada perancangan ini.

Overall Review Questions

What was the most frustrating moment or aspect of what you just played?

3 responses

there are some objects that are very hard to drop down to

I really want to get a perfect score on the emotion bar, like 100%, but I think it's impossible

Sometimes I stressed out when I realized I've cooked the wrong food, and had to trash it all and create a new one

What was your favorite moment or aspect of what you just played?

3 responses

I like it when I served the nasi goreng to the customer, and they became happy :)

Definitely when cooking, it's nice how when the food is cooked there's a "ding" sound, so you don't overcooked your food

When serving it to the customers, because when they're happy with the food, they'll give extra tips

Was there anything you wanted to do that you couldn't?

3 responses

No

There are some things I wish were available in the game

I want to spend all of my money on the ingredient, but I couldn't, because it has a limit

If you had a magic wand to wave, and you could change, add, or remove anything from the experience, what would it be?

3 responses

More customers per order maybee

I want to have more tools, like have more pans, or more chopping boards

Add more storage on the ingredients

What were you doing in the experience?

3 responses

I am serving serve 3 customers at once..?

I want to be able to cook multiple fried rice at once, especially on level 1 where you just know that most of the customers are ordering the similar signature fried rice

So I can stock all the food, and never have to go to the shop for awhile

Gambar 4.28 Hasil Kuesioner Post-Test

4.4.1 Responden 1

Tabel 4.4 Hasil Post-Test 1

Nama	Diwata
Umur	21
Warga Negara	Philliphines
Post Test ïP e r t a n y a a n k e s e l u r u h a n d e n g a n m e	
Questions	Answers
What was the most frustrating moment or aspect of what you just played?	there are some objects that are very hard to drop down to
What was your favorite moment or aspect of what you just played?	I like it when I served the nasi goreng to the customer, and they became happy
Was there anything you wanted to do that you c o u l d n ô t ?	No
If you had a magic wand to wave, and you could change, add, or remove anything from the	More customers per order maybee

experience, what would it be?	
What were you doing in the experience?	I am serving serve 3 customers at once..?
How would you describe this game to your friends and family?	It's a very cute game
Post Test – Visual Graphics Questions	
Describe how this game gives you an experience on cooking Indonesian Food?	Well It taught me the ingredients, especially on the first level of the game
Does the overall design has an Indonesian culture value? If yes, which part of the game gave you the hint about Indonesia country?	The background story has already described the place of the game
Does the gameplay taught you well on cooking the Indonesian Fried Rice?	Yes
What makes this game different than any other cooking games that y	From the previous games I've played, the customers ordered with a visual image in the bubble text, but this game uses conversations as if we're talking to an actual person. Nice job.
What do you think can be done to improve the game?	More level please! There are only 2 so far

4.4.2 Responden 2

Tabel 4.5 Hasil Post-Test 2

Nama	Sofia
Umur	19
Warga Negara	Malaysian
Post Test ïPertanyaan keseluruhan dengan me	
Questions	Answers
What was the most frustrating moment or	I really want to get a perfect score on the emotion bar, like 100%, but I think it's

aspect of what you just played?	impossible
What was your favorite moment or aspect of what you just played?	Definitely when cooking, it's nice how when the food is cooked there's a "ding" sound, so you don't overcooked your food
Was there anything you wanted to do that you couldnôt ?	There are some things I wish were available in the game
If you had a magic wand to wave, and you could change, add, or remove anything from the experience, what would it be?	I want to have more tools, like have more pans, or more chopping boards
What were you doing in the experience?	I want to be able to cook multiple fried rice at once, especially on level 1 where you just know that most of the customers are ordering the similar signature fried rice
How would you describe this game to your friends and family?	It's a pretty unique game, a different cooking game
Post Test – Visual Graphics Questions	
Describe how this game gives you an experience on cooking Indonesian Food?	It's a really good simulation experience, greatly animated and interactive as well
Does the overall design has an Indonesian culture value? If yes, which part of the game gave you the hint about Indonesia country?	The background story of course, and I think a few of the characters are using some Indonesian Traditional clothes? I think
Does the gameplay taught you well on cooking the Indonesian Fried Rice?	I already know how to cook fried rice in Malaysia, it is almost the same, just that I realized Indonesian fried rice always uses sweet soy sauce
What makes this game different than any other cooking gam with?	It's obviously different than cooking mama, there are interactions with the customers in game
What do you think can be done to improve the game?	Hopefully the game will have more features in the future

4.4.3 Responden 3

Tabel 4.6 Hasil Post-Test 3

Nama	Namira
Umur	21
Nationality	Malaysian
Post Test ïPertanyaan keseluruhan dengan me	
Questions	Answers
What was the most frustrating moment or aspect of what you just played?	Sometimes I stressed out when I realized I've cooked the wrong food, and had to trash it all and create a new one
What was your favorite moment or aspect of what you just played?	When serving it to the customers, because when they're happy with the food, they'll give extra tips
Was there anything you wanted to do that you couldnôt?	I want to spend all of my money on the ingredient, but I couldn't, because it has a limit
If you had a magic wand to wave, and you could change, add, or remove anything from the experience, what would it be?	Add more storage on the ingredients
What were you doing in the experience?	So I can stock all the food, and never have to go to the shop for awhile
How would you describe this game to your friends and family?	It's a simulation cooking game
Post Test – Visual Graphics Questions	
Describe how this game gives you an experience on cooking Indonesian Food?	This game gives an experience in cooking Indonesian Dish while also introducing its culture
Does the overall design has an Indonesian culture value? If yes, which part of the game gave	I see the statue decoration on the table, and also the Bali umbrella in the background
Does the gameplay taught you well on cooking the Indonesian Fried Rice?	Yes, it's quite easy to make
What makes this game different than any other cooking gam with?	The cooking steps are quite thorough, unlike those regular tapping games
What do you think can be done to improve the game?	More variant in foods

BAB 5

KONSEP DESAIN

5.1 Konsep Desain

Berdasarkan dari *depth interview* dengan Ketua Percepatan Pariwisata Kuliner dan Belanja, Ibu Vita Datau, 5 makanan nasional yang berperan sebagai lokomotif promosi kuliner Indonesia dapat di angkat menjadi konten media digital. Konsep yang di angkat berdasarkan hasil yang di peroleh dari *Depth interview* berupa 6 poin berikut:

1. Makanan Sebagai gaya hidup dari sebuah wilayah
2. Budaya, Sejarah
3. Budaya Makan, Budaya Masak
4. Lokal Produk atau bahan lokal asli dari daerah tersebut
5. Nutrisi yang terkandung --- kaitannya dengan kesehatan
6. Cerita dibalik makanan

Mobile game yang di angkat harus memiliki nilai nilai di atas sehingga terbentuklah konsep "*get to know our iconic cuisine*". Konsep tersebut bermaksud untuk mengajak pemain mengenal lebih dalam mengenai kuliner Indonesia yang di kenal mancanegara, dari segi bahan dan cara memasak.

Bahan dan cara memasak dari kuliner yang di angkat sudah memiliki standarisasi dan memiliki cerita, semua komponen berikut dapat di temukan dalam buku 30 Ikon Kuliner yang di terbitkan oleh Kementerian Pariwisata.

Perasaan yang ingin di bangun ketika pemain memainkan game kuliner berikut adalah rasa kuriositas, serta pengalaman mengelola restoran pribadi dengan memasak makanan khas Indonesia. *Mobile game* berikut akan mengajak pemainnya untuk memasak, mengenal masakan serta bahannya. Dalam usaha memasak dan menyajikan makanan Indonesia, pemain juga dapat menghitung pendapatan serta pengeluaran mereka dalam mengolah Restoran, pemain juga harus dapat memahami pesanan pembeli yang bervariasi. Dengan memainkan

mobile game ini maka pemain di harapkan akan mendapatkan pengetahuan baru mengenai budaya Indonesia melalui *mobile game*.

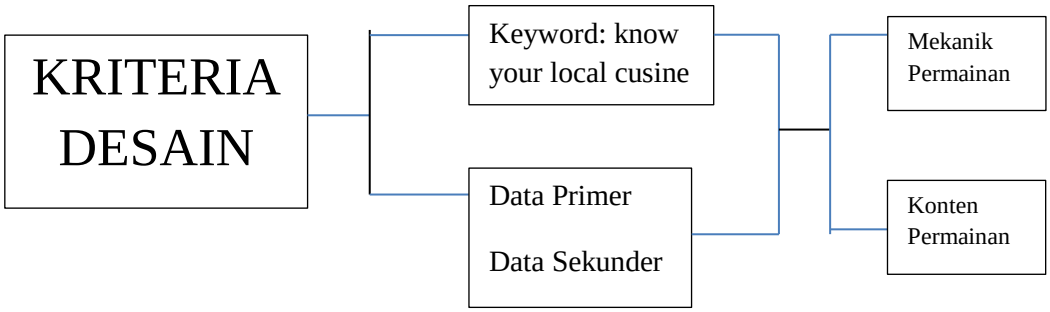
5.2 Luaran Desain

Hasil dari perancangan mobile game terdiri atas:

- 1 aplikasi mobile game:
    - 1 masakan
    - 3 sub-level
    - 20 kombinasi makanan dan topping
    - 10 karakter

5.3 Kriteria Desain

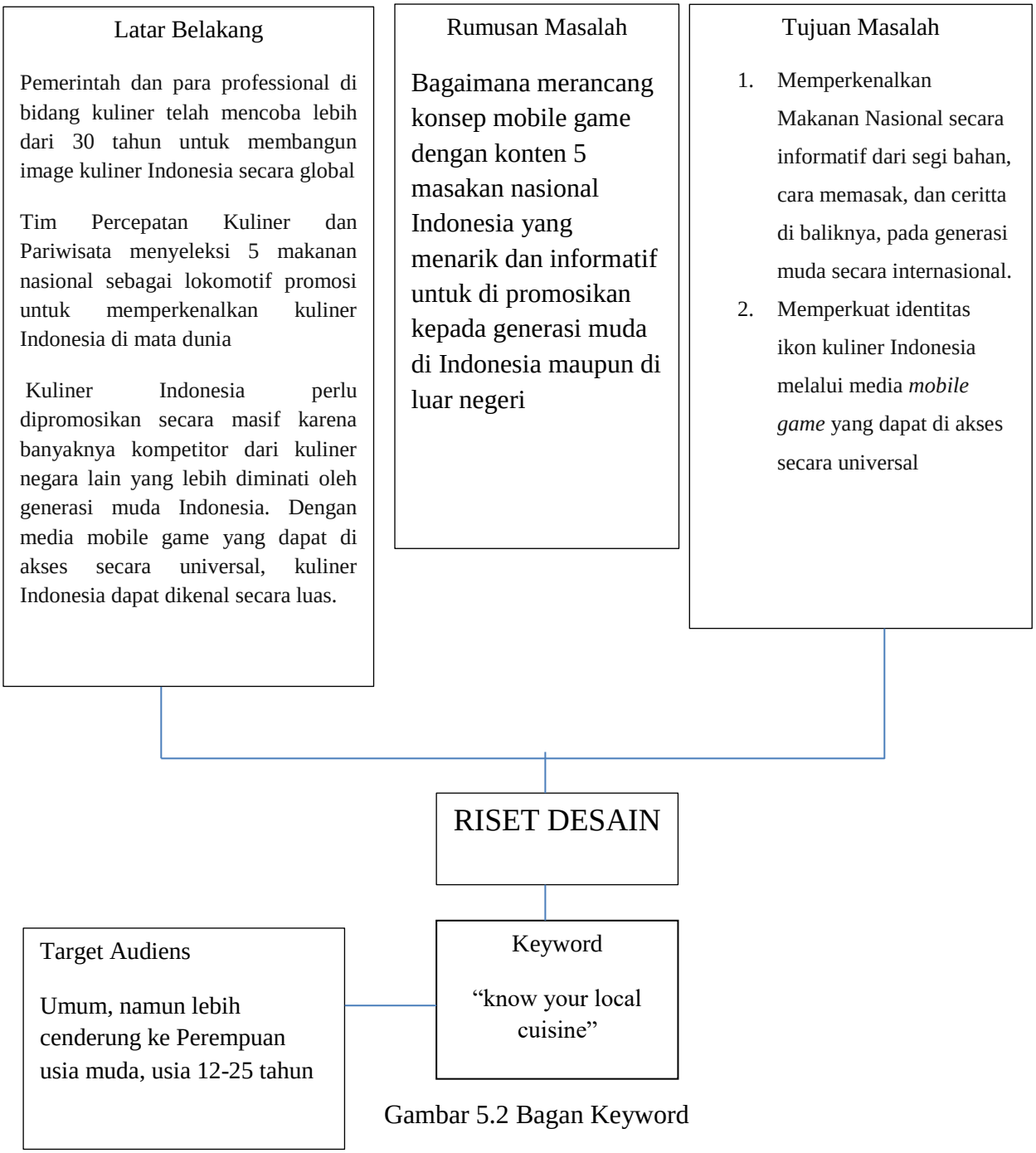
Kriteria desain ditentukan berdasarkan dari analisis data dan konten kuliner nasional yang diperoleh penulis. Sehingga dalam merancang mekanik dan konten permainan harus berdasar pada kriteria yang telah ditentukan.



Gambar 5.1 Diagram Kriteria Desain

1. **WHAT TO SAY**
    - Mengenal bahan dan cara memasak 5 makanan nasional dengan tahapan yang terstandarisasi,
2. **HOW TO SAY**
    - *ñ C o ,* yaitu dengan memasak masakan dengan bahan yang tersedia untuk di sajikan kepada pembeli
    - *ñ S e r ,* yaitu dengan berinteraksi dengan pelanggan yang berasal dari beragam etnis, dan mengenal karakteristik kuliner yang mereka sukai

3. KEYWORD



Gambar 5.2 Bagan Keyword

Sumber: Penulis, 2019

4. Strategi pengembangan game

Mobile game berikut menganngkat tema kuliner nasional Indonesia, dan tidak menutup kemungkinan akan muncul varian kedua, ketiga dan keempat yang akan

mengangkat kuliner Indonesia berdasarkan daerah seperti Kuliner Jawa Timur, Kuliner Jawa Barat, dan lain sebagainya.

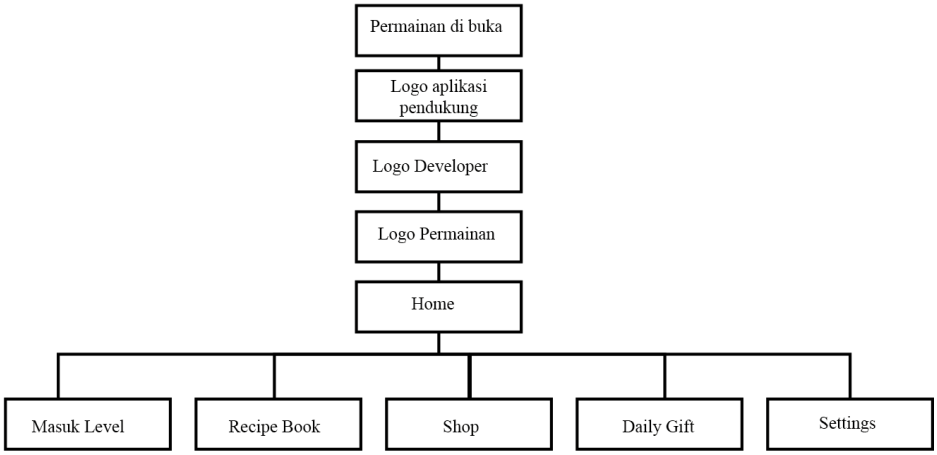
Untuk distribusi dan pemasaran, tahap pertama yang di lakukan adalah memasarkan produk mobile game pada google playstore dan appstore, lalu memasarkan game berikut menggunakan in-game advertisement serta membuat online page di sosial media. Produk berikut juga akan di ajukan ke mobile game developer seperti Gambir Studio, Agate, dan lain sebagainya, Dengan diterbitkan oleh developer yang telah memiliki nama, jaringan yang luas, serta pasar yang setia, keberlangsungan game "Nusantara Kitchen" akan lebih terjamin.

Berikutnya, *mobile game* "Nusantara Kitchen" akan mencoba untuk berkolaborasi dengan produk makanan Indonesia. Kolaborasi berikut dapat di lakukann dengan mengirimkan proposal kepada perusahaan yang bergerak di bidang FnB (food and Beverages) agar pihak perusahaan berminat untuk mempromosikan produk mereka melalui mobile game "Nusantara Kitchen". Contoh yang dapat di jadikan acuan adalah game Bubur Ayam Express, yang berkolaborasi dengan produk Sasa. Pihak dari Sasa menempatkan logo mereka pada items yang ada pada game Bubur Ayam Express seperti pada item penyedap, kecap, sambal, dan sebagainya.

Gambar 5.3 Gambar produk Sasa pada game Bubur Ayam Express

Source: https://duniaku.idntimes.com/game/mobile/dimas-ramadhan-2/game-bubur-express-karya-gambir-studio

5.2.4 Arsitektur Informasi



Gambar 5.4 Arsitektur Informasi

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Berikut merupakan arsitektur informasi atau garis besar permainan dalam game "Nusantara Kitchen" . Game memiliki menu utama (atau "Home") yang berisi Level, Recipe Book, Daily Gift, Shop, dan Settings.

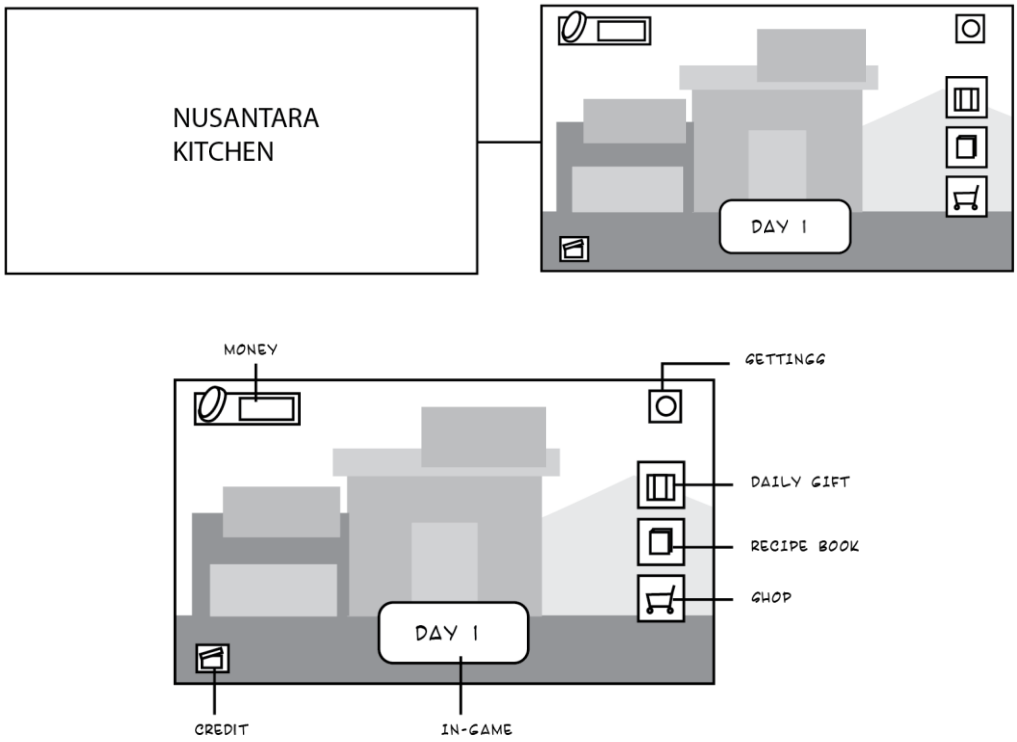
5.4 Wireframe

Gambar 5.5 Alur Menuju Splash Screen

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Sesuai dari arsitektur informasi, game di mulai dari tampilan Logo Aplikasi Pendukung, lalu di lanjut dengan Logo Developer dan judul game. Aplikasi pendukung yang digunakan adalah Unity.

5.4.1 Halaman Home

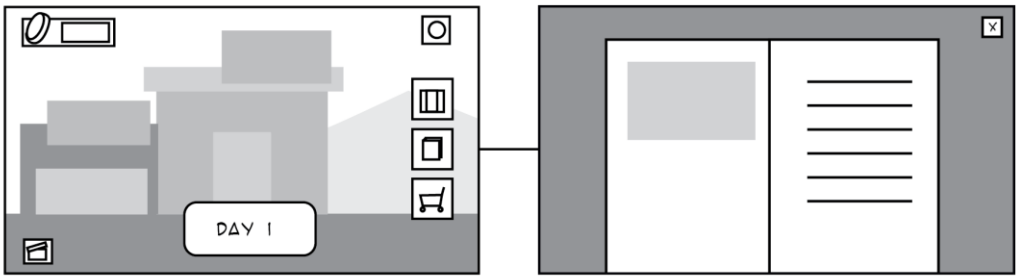


Gambar 5.6 Halaman Home

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Pada tampilan home, pemain sudah dapat mengakses fitur fitur dalam game sperti daily gift, menu book, recipe, serta in-game level, settings, dan credit. Daily Gift merupakan fitur bonus uang kepada pemain yang dapat melalui level. Bagian daily gift adalah lokasi yang tepat untuk menempatkan ingame advertisement, karena fitur berikut dapat memberikan reward lebih kepada pemain.

5.4.2 Halaman Buku Resep

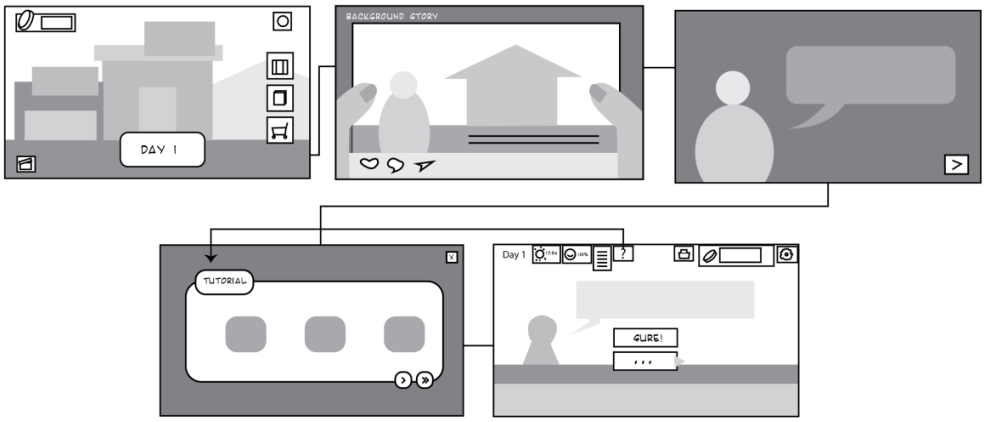


Gambar 5.7 Fitur Buku Resep

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

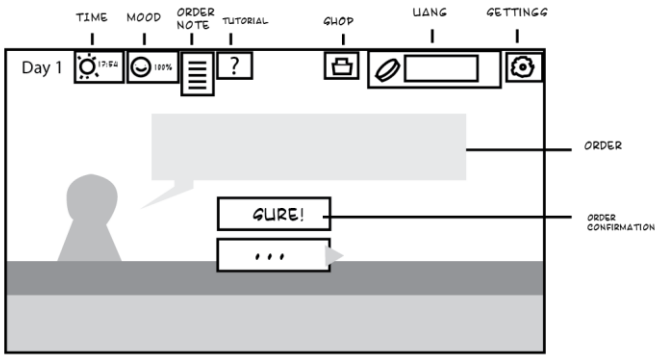
Fitur buku resep merupakan digital book bagi player yang ingin mengenal masakan Indonesia. Buku resep menjelaskan secra mendetail dan akurat mengenai cara memasak makanan Indonesia, sehingga pemain dapat menggunakan game berikut sebagai panduan memasak.

5.4.3 Halaman ñ*Cashier* ò



Gambar 5.8 Alur ke Halaman “Cashier”

Sumber: Kireina Aisyah, 2020



Gambar 5.9 Deskripsi UI “Cashier”

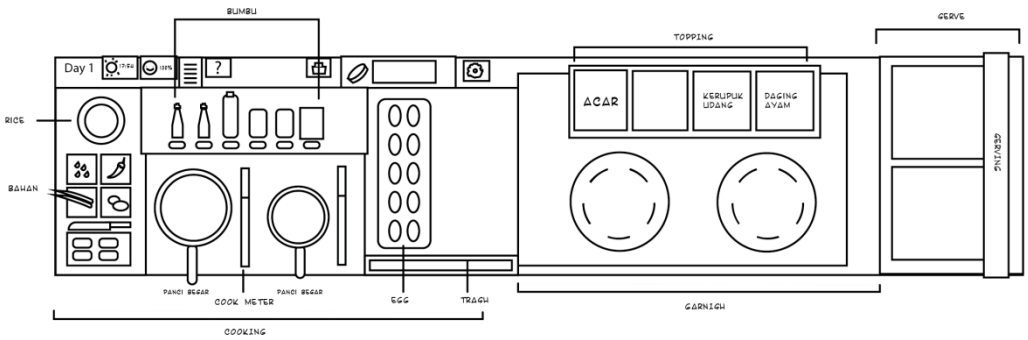
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Ketika player menekan tombol “Day 1,2..” , pemain akan di sajikan terlebih dahulu laman “*Background Story*”, yang berfungsi sebagai skenario cerita dari setiap level. Laman “*Background Story*” akan menceritakan tentang event yang terjadi dalam level yang dimainkan (Contoh: Day 5. “Hari ini :Nsantara Kitchen” akan kedatangan tamu lokal, kemungkinan pelanggan hari ini akan memesan Nasi Goreng khas Indonesia”) . Setelah laman “*Background Story*” , pemain akan langsung masuk ke dalam laman “*Front Desk*” dimana pemain akan di sajikan dengan tutorial bermain. Tutorial berikut berupa langkah langkah cara memasak makanan pada level tersebut, tombol tutorial dapat di akses pada bagian atas layar di sebelah ikon “order note”.

Dalam laman “*Front Desk*”, terdapat beberapa icon yang memperngaruhi *score* dan *goal* pada level, seperti icon waktu, icon *mood*, dan icon *money*. Icon waktu berperan untuk menandakan *opening* dan *closing hour* restoran, icon *mood* berperan untuk mengindikasi emosi pelanggan yang di mulai dari jumlah 100% dan berkuramg 1% per 2 detik. Pemain berperan sebagai *chef* yang memasak makanan pesanan pelanggan. Pelanggan akan datang satu per satu untuk memesan makanan, pesanan tersebut akan di tampil di *bubble chat* . Setelah menyimak pesanan pelanggan, pemain akan di berikan 2 opsi (“Sure” dan “Sorry?”) untuk menanyakan pesanan tersebut apabila kurang jelas (dengan memilih opsi “Sorry?” , pemain akan terkena deduksi mood pelanggan sebesar 5%, namun pemain akan

mendapatkan penejelasan yang lebih lengkap mengenai pesanan pelanggan) , namun apabila sudah jelas, pemain dapat langsung menekan tombol “Sure” dan melanjutkan permainan di laman dapur.

5.4 . 4 H a l *Kitchen* ù ñ



Gambar 5.10 Halaman “Kitchen”

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Pada laman “Dapur”, terdapat beberapa ikon indicator seperti pada laman “Kasir”, ikon berikut berupa ikon mood, ikon waktu, ikon uang, dan ada beberapa ikon tambahan seperti ikon “Order Note” (yang apabila di klik akan menmapilkan lembaran kertas berisikan pesanan pelanggan di halaman “Kasir”) .

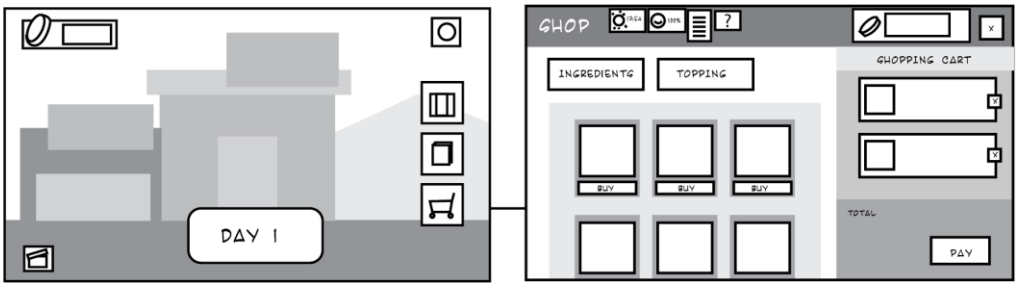
Pada lama “Dapur” terdapat peralatan dan perlengkapan memasak yang telah di bagi menjadi 3 bagian, “*Cook*”, “*Garnish*”, dan “*Serve*”. Bagian “Cook” berisikan bahan bahan inti dalam memasak Nasi Goreng, seperti minyak, nasi, cabai, kecap, seasoning, daun bawang, dan telur, bahan bahan berikut harus di masak sesuai dengan urutan yang sudah ditentukan (urutan memasak akan di jelaskan pada Tutorial). Pada bagian “Garnish” terdapat pilihan topping untuk menghias Nasi Goreng yang telah di masak. Bagian “Serve” adalah bagian dimana pemain meletakkan nasi goreng yang telah selesai di masak dan di hias untuk di sajikan.

Setelah pemain meletakkan nasi goreng pada meja serving, pemain secara otomatis akan pergi ke laman “Kasir” dengan membawa menu yang telah di

masak. Pemain akan men-drag objek masakan yang telah di hidangkan kepada pelanggan untuk menyelsaikan pesanan.

Apabila presentase emosi pelanggan masih mencapai angka di atas 60% , makan pemain akan mendapatkan uang tips dari pelanggan. Namun apabila pemain salah memberikan pesanan kepada pelanggan (salah topping, atau salah bahan) maka pelanggan akan menagih uang “refund” yang dapat merugikan pemain (sehingga pemain perlu mengerti dengan jelas dan secara detil apa yang di pesan oleh pelanggan).

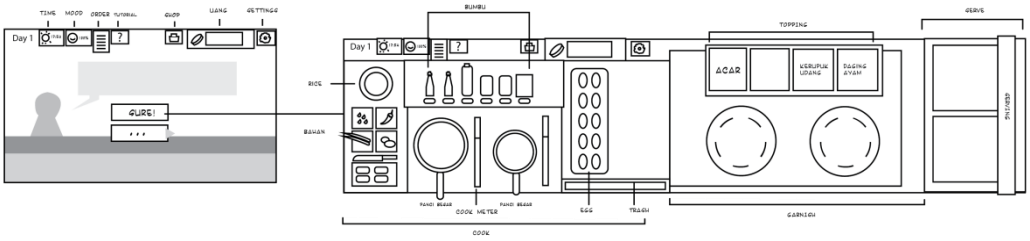
5.4.5 Halaman ñ*Shop* ò



Gambar 5.11 Alur dari Home ke Shop

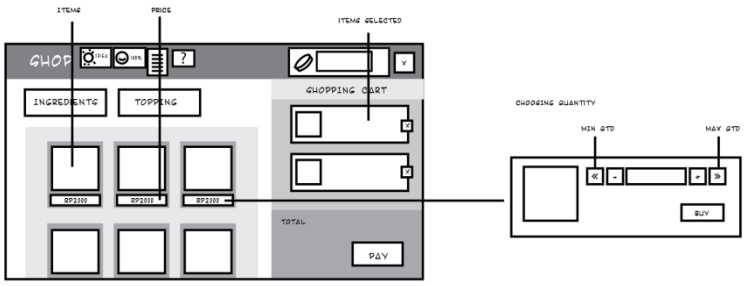
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Fitur shop dapat di akses dari home, kasir, dan dapur. Apabila pemain mengakses laman Shop dari Home, maka tampilan waktu dan mood pelanggan tidak berkerja.



Gambar 5.12 Alur dari ‘Cashier’ ke “Kitchen’

Sumber: Kireina Aisyah, 2020



Gambar 5.13 Halaman Shop dan deskripsi UI

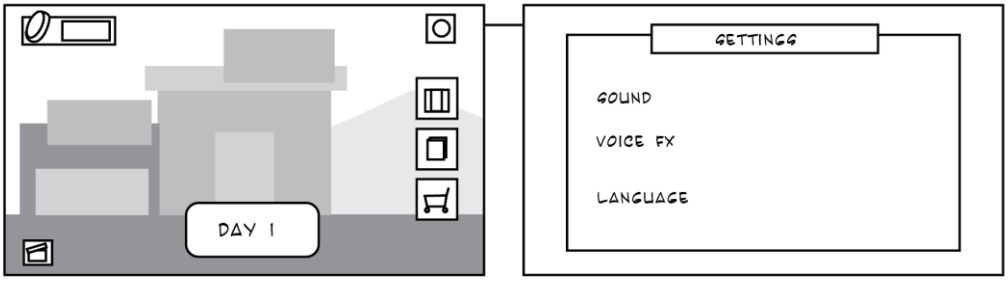
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Apabila pemain mengakses fitur shop dari kasir dan dapur (selama permainan berangsung) maka waktu in-game akan terus berjalan.

Fitur shop, berfungsi sebagai tempat untuk pemain membeli bahan masakan. Pada laman Shop terdapat fitur buy, shopping cart dan pay, fitur buy berfungsi untuk menentukan jumlah bahan yang mau di beli, fitur shopping cart berfungsi untuk membuat catatan bahan mana saja yang akan di beli, sedangkan fitur pay berfungsi untuk membayar total keseluruhan bahan bahan.

Fitur shop dapat di akses dari home, kasir dan kitchen. Namun, apabila di akses ketika permainan sedang berlangsung (seperti pada kasir dan dapur) maka waktu permainan serta mood pelanggan akan terus berjalan.

5.4.6 Halaman *"Settings"*

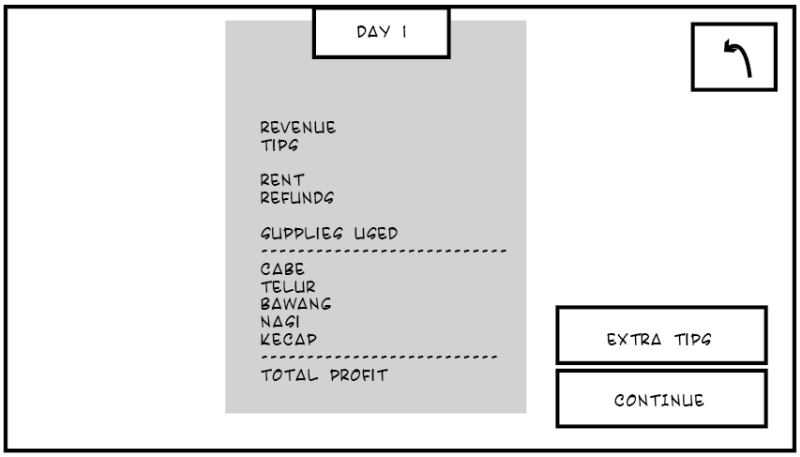


Gambar 5.14 Halaman Settings

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Pada laman Pengaturan, terdapat fitur pengaturan Sound, Voice FX, dan Bahasa. Game berikut memiliki dua opsi bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

5.4.7 Halaman *"Receipt"*



Gambar 5.15 Halaman *Receipt* |

Fitur "receipt" berupa nota penghasilan dan pengeluaran dari setiap level. Pada laman ini pemain juga dapat melihat tracking pendapatan mereka setiap levelnya. Pendapatan dan Pengeluaran dalam Fitur Receipt dapat dilihat dari Revenue dan Tips pastinya bernilai positif. Sedangkan Supplies Used, Rent and Refunds merupakan identifikasi dari Pengeluaran atau kerugian. Dari laman ini pemain dapat mengetahui apakah mereka bisa lanjut ke level selanjutnya, atau harus bankrupt dan mnutup restoran karena tidak sanggup membayar sewa untuk hari selanjutnya.

Tombol Extra Tips berfungsi sama dengan daily gift, dan dapat di insert dengan in-game advertisement sebagai reward untuk pemain.

5.5 Alur Permainan Keseluruhan

OVERVIEW

Tabel 5.1 Grand Design Documennnt Overview

Judul	Nusantara Kitchen
Genre	Simulation, Time Management
Rating	E (Everyone)
Core Game Mechanics	Gameplay simulation/time management. Pemain harus berhasil mendapatkan untung dari menjual makanan khas Indonesia setiap harinya. Pemain akan memasak makanan dengan langkah langkah yang sesuai , dan memasak sesuai dengan pesanan pelanggan. Apabila pemain tidak memasak makanan sesuai dengan yang di inginkan pelanggan maka akan ada pengurangan pendapatan yang di berikan oleh pelanggan. Pemain juga harus taktis dala mengelola pengeluaran ketika membeli bahan bahan makanan agar tidak rugi. Skenario cerita pada alternative berikut adalah tentang seorang chef yang ingin mengunggulkan makanan Indonesia di tengah maraknya perkembangan makanan cepat saji. Pemain akan kalah apabila rugi/bankrupt dalam mengelola restoran

5.5.1 Garis Besar Permainan

1. Level dalam game disebut dengam “Day 1, 2, 3…”
2. Pemain yang sudah naik level tidak dapat kembali ke level sebelumnya

3. Dalam level terdapat beberapa indicator seperti **mood**, **time**, **money**. Mood mengindikasi emosi pelanggan ketika menunggu makanan di masak, mood dimulai dari 100%, dan setiap 2 detik turun 1%, sehingga pemain harus cepat dalam menyajikan makanan. Semakin besar persennya, semakin besar tips yang di berikan dari pelanggan.
4. Time merupakan indikasi dari jam buka restoran, di mulai dari jam 12:00 hingga jam 21:00. Dimana indikasi waktu bertambah 15 menit (dalam game) setiap 15 detik.
5. Pelanggan yang datang ke restoran akan memesan makanan, lalu chef akan memasak makanan pada laman dapur yang terpisah. Apabila chef berhasil memasak makanan sesuai dengan yang di inginkan pelanggan, maka pelanggan akan membayar uang tips. Namun apabila sebaliknya, pelanggan akan meminta refund sehingga merugikan usaha pemain.
6. Pada laman dapur, pemain akan memasak suatu menu dengan langkah langkah yang sudah di jelaskan di tutorial (level 1)
7. Uang tips atau hasil dari keuntungan pemain dapat di gunakan untuk mengupgrade interior restoran atau mengupgrade bahan bahan masakan.
8. Modal Penjual Awal permainan: 50 000 rupiah
9. Jumlah Customer 1 Hari (level) = 10 Orang
10. Durasi Waktu per level: 12.00-21.00.
11. Time Movement 15 detik real life = 15 menit in game (contoh display in game: 12.00 – 12.15 – 12.30.. dst)
12. *Win and Lose situation* dapat di lihat di akhir level. Apabila pemain dapat melanjutkan ke level selanjutnya dengan dana yang cukup, maka pemain di anggap telah memenangkan level. Namun apabila pemain tidak dapat melanjutkan permainan ke level selanjutnya akibat bangkrut, maka pemain dinyatakan kalah.

5.5.2 Mekanika Permainan

Perilaku Pemain:

- Pemain akan langsung di hadapkan pada meja kasir dan pelanggan
- Pelanggam akan memesan
- Pemain dapat meneknan tombol “SURE” pada pesanan pelanggan, atau bertanya lebih lanjut apabila pesanan client kurang jelas. Konsekuensi bertanya lebih lanjut adalah **pengurangan point percent dari mood pelanggan**
- Setelah meng”iya” kan pesanan, Pemain akan langsung berpindah scene ke Dapur
- Pemain akan memasak makanan sesuai dengan step by step dan pesanan pelanggan

Perilaku Pelanggan:

- Pelanggan akan datang satu per satu
- Pelanggan akan memesan makanan dengan mengatakan orderannya (akan ada bubble chat berisikan text pesanan)
- Pelanggan akan berganti ekspresi sesuai dengan pengungarangan mood points
- Pelanggan akan “senang” ketika mendapatkan pesanan yang sesuai dan memberikan tips
- Pelanggan akan “marah” ketila mendapatkan pesanan yang tidak sesuai, apabila kesalahannya sedikit, konsekuensinya pelanggan tidak akan memberikan tips. Apabila kesalahannya banyak, konsekuesinya pelanggan akan meminta refund.

5.5.3 Basic Balancing

1. *Fairness (Symmetrical atau Assymetrical)*

Nusantara Kitchen masuk dalam kategori Symmetrical Games karena pemain mulai dengan bahan bahan yang sama dan harus mengikuti aturan main.

2. *Challenge VS Success*

Pemberian waktu yang panjang serta keuntungan yang lebih dari harga asli bahan menjamin keberhasilan pemain mendapatkan untung, dan modal untuk melanjutkan ke hari selanjutnya.

3. *Meaningfull Choice*

Pemain diberikan pilihan yang penuh dalam menyelesaikan misi tiap level

4. *Skill Vs Chance*

Pemain akan diasah kemampuannya untuk mengingat langkah langkah memasak yang tepat.

5. *Head VS Hand (Berpikir atau Bertindak)*

Pemain akan dihadapkan pada keadaan mengingat langkah langkah ketika memasak serta memahami pesanan pelanggan dari percakapan sehingga pemain tidak akan melakukan kesalahan ketika serving makanan

6. *Competition VS Cooperation*

Pemain akan bermain sendiri untuk menyelesaikan mencapai goal permainan

7. *Short VS Long*

Pemain diberi waktu cukup lama namun dapat menjadi sebentar apabila tidak menguasai permainan

8. *Reward*

Pemain akan mendapatkan lebih banyak reward ketika dapat menyelsaikan pesanan dengan cepat dan akurat, dapat di lihat dari banyaknya tips pelanggan yang di dapatkan pemain

9. *Punishment*

Punishment pada game berikut termasuk berat, karena apabila pemain gagal dalam mengelola restoran (bangkrut) dengan melakukan banyak kesalahan, maka pemain harus mengulang permainan dari awal level

10. *Freedom VS Controlled*

Game berikut mengharuskan pemain untuk mengikuti pesanan pelanggan sehingga tidak memberikan kebebasan dalam bermain

11. *Simple VS Complex*

Game berikut lebih dominan simple dibandingkan kompleks. Bila pemain sudah hafal dengan tahapan memasak, maka game berikut hanya mengandalkan kemampuan mengingat dan menerapkan pemain.

12. *Detail VS Imaginations*

Seimbang. Game berikut mementingkan detail, namun juga membangun imajinasi pemain dengan membuat pemain harus membayangkan pesanan pelanggan yang variatif dan hanya berbasis kata kata.

5.5.4 UI dan UX

UI yang digunakan yaitu:

1. *UI Diagetic*, adanya bahan bahan yang dapat di drag dalam proses memasak di halaman ‘kitchen’ , serta di beli pada laman Shop.
2. *UI Non-Diagetic*, adanya dialog tertulis dan narrator, adanya in game advertisement, adanya mood bar, time bar, mood bar dan cook meter.
3. *Meta UI*, adanya efek perubahan warna pada bahan bahan yang sudah habis (dari berwarna menjadi hitam putih)

UX yang ingin diberikan kepada pemain diantaranya:

1. Harus memuat tambahan informasi, proses memasak yang sesuai standar. Hal tersebut diwujudkan dengan adanya Buku Resep yang dapat diakses pemain di luar permainan.
2. Harus memberikan pengalaman permainan yang menarik dan engaging, hal tersebut di wujudkan dari gameplay yang memiliki interaksi dengan pelanggan, sehingga pemain akan merasakan dirinya sedang berada dalam permainan.
3. Harus dapat mengenalkan masakan Indonesia serta cara memasaknya.

5.5.5 Penceritaan

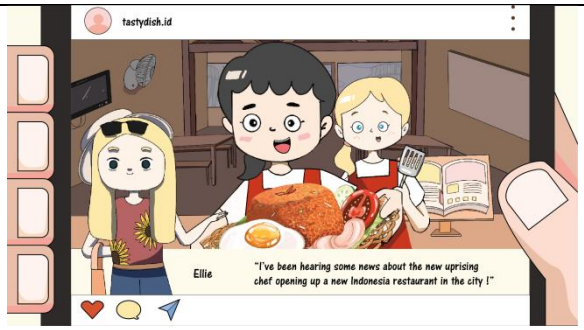
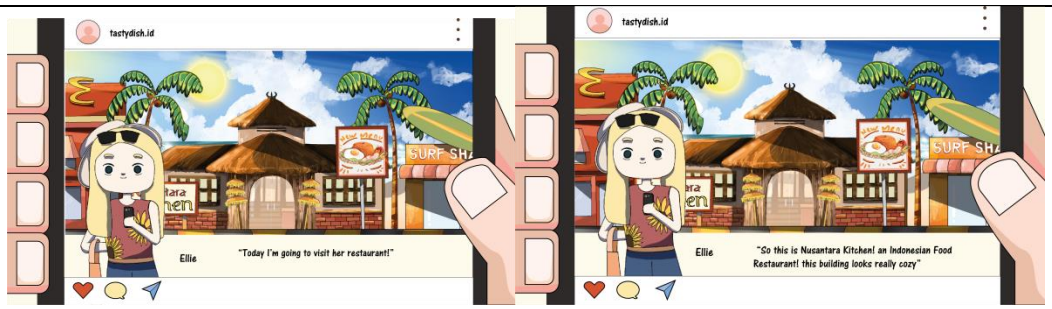
Background Story pada level 1 menceritakan tentang seorang food vlogger bernama Ellie, yang sedang berkeliling Indonesia untuk mempromosikan restoran pada sosial media dengan username: TASTYDISH.ID. Restoran baru yang di datangi Ellie bernama “Nusantara Kitchen” dan didirikan oleh Chef Rani, seorang chef asal Indonesia, dan chef assistantnya, Carol.

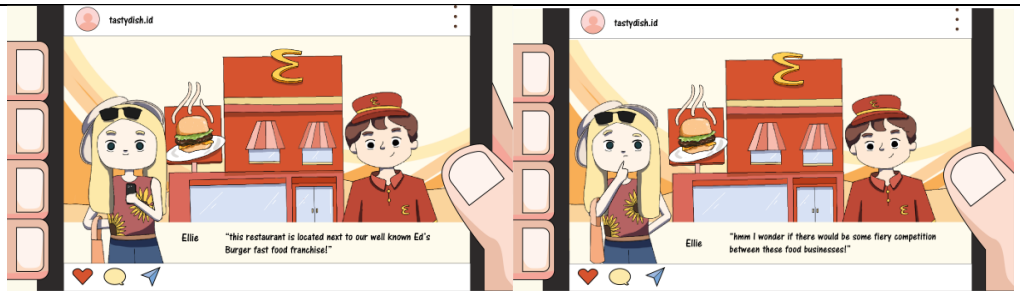
Restoran berikut berdiri di sebelah restoran fast food bernama Ed’s Burger yang nantinya akan menjadi pesaing dari restoran Nusantara Kitchen.

Gambar 5.16 Background Story

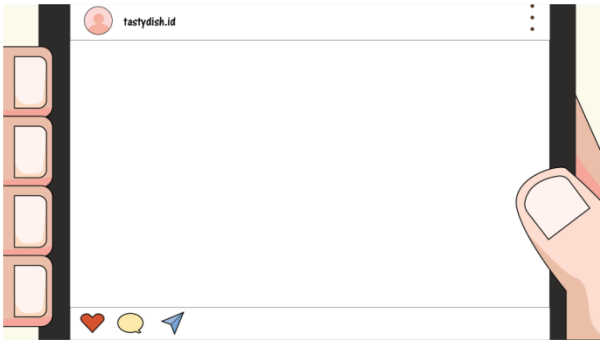
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Tabel 5.2 Background Story

No.	Penceritaan
1	Seorang Food Vlogger bernama Ellie yang memiliki channel di sosial media bernama Tastydish.id
	 Gambar 5.17 Cerita Slide 1
2	Ellie mendengar kabar bahwa ada seorang Chef baru yang membuka restoran Indonesia di perkotaan
	 Gambar 5.18 Cerita Slide 2
3.	Ellie mengunjungi restoran baru tersebut yang bernama "Nusantara Kitchen"
	 Gambar 5.19 Cerita Slide 3 dan 4
4.	Ellie menginformasikan lokasi restoran Nusantara Kitchen yang bersebelahan dengan Restoran FastFood (karakter Ed akan muncul di beberapa level sebagai pelanggan)

	 Gambar 5.20 Cerita Slide 5 dan 6
5.	Dalam vlog tersebut, Ellie juga membahas mengenai menu khas terbaru pada Restoran Nusantara Kitchen
	 Gambar 5.21 Cerita Slide 7
6.	Slide terakhir, Ellie mengajak pelanggan untuk mengunjungi restoran Nusantara Kitchen
	 Gambar 5.22 Cerita Slide 8

Pada layar pemain, pemain melihat tayangan vlog Ellie melalui video di sosial media, sehingga background story di design dengan menggunakan frame platform sosial media yang menyerupai sosial media Instagram.



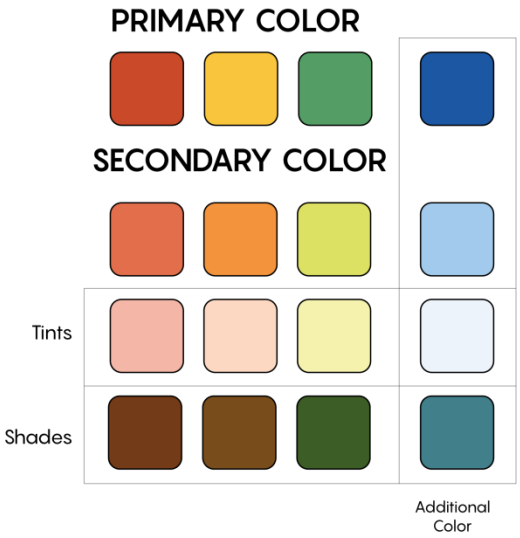
Gambar 5.23 Frame untuk Background Story

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

5.6 Desain

Desain untuk game Nusantara Kitchen dirancang dengan gaya desain yang simple dan menarik. Desain berikut menggunakan warna warna solid serta outline untuk mempertegas karakter dan asset asset lainya.

5.6.1 Pemilihan Warna

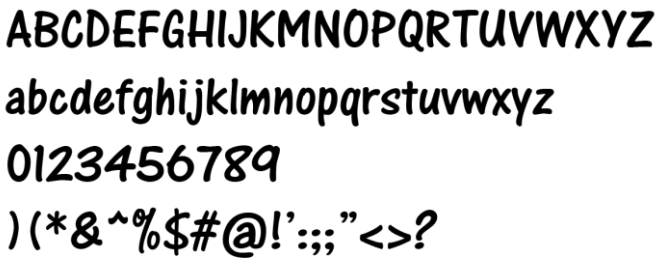


Gambar 5.24 Color Palette

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Berikut adalah warna warna yang di gunakan dalam desain game “Nusantara Kitchen”. Warna berikut dipilih karena memiliki nuansa yang hangat, dan merepresentasikan warna warna dari rempah rempah, bahan dan warna makanan yang ada di Indonesia.Warna warna berikut memiliki tone yang vibran agar dapat bersaing dengan visual pada cooking game lainnya.

5.6.2 Font



Gambar 5.25 Font AR CENA

Font yang di gunakan untuk UI game serta dialog pelanggan adalah font AR Cena. Font berikut merupakan font sans serif, yang memberikan kesan casual dan fun untuk di jadikan sebagai font utama dalam game.

5.6.3 Desain Logo Game

Gambar 5.26 Logo Game

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Berikut adalah judul serta logo dari game “Nusantara Kitchen”. Nama Nusantara Kitchen terinspirasi dari beberapa nama cooking game yang sudah ada, serta

terinspirasi dari konten gameplay yang sangat mengutamakan bagian dapur. Huruf “I” pada tulisan “kitchen” di rubah menjadi sendok kayu yang biasa di gnakan untuk mengaduk bahan bahan.

Gambar 5.27 Logo Branding Kementerian Pariwisata

Sumber: https://www.kemenparekraf.go.id/index.php/page/official-wonderful-indonesia-logo

Font yang di gunakan untuk logo dari game berikut terinspirasi dari logo Pesona Indonesia (yang digunakan dalam administrasi Kementrian Pariwisata). Font berikut merupakan font serif. Warna yang digunakan adalah warna merah dan kuning sesuai dengan warna yang ada pada palet warna.

5.6.4 Desain Ikon Aplikasi

Gambar 5.28 Ikon Game

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

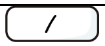
Berikut adalah desain untuk aplikasi ikon game “Nusantara Kitchen” . Dalam gambar ikon berikut, terdapat 2 karakter utama yang berperan sebagai chef

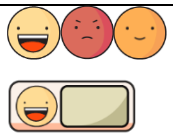
assistant. “Nusantara Kitchen” merupakan game yang berserial, sehingga ikon game akan berubah mengikuti seri makanan yang akan di bahas dalam game. Untuk season 1, Nusantara Kitchen akan membahas tentang salah satu makanan nasional Indonesia yang familiar di dunia internasional, yaitu Nasi Goreng, sehingga pada ikon game terdapat gambar Nasi Goreng sebagai penanda konten untuk serial berikut.

5.6.5 Desain UI

Berikut merupakan desain ikon untuk game Nusantara Kitchen. Desain ikon menggunakan palet warna utama game.

Menu Book	**Shop**	**Daily Gift**	**Music**	**Credits**	**Sound**
Back	**Add 1**	**Minus 1**	**Settings**	**Order**	**Add (max)**
Minus (Max)	**Next**	**Go Back**	**Skip Forward**	**Skip Backwards**	**Tutorial**

Ingredient	Toppings	Setting Header	Level 1
Receipt Header	“Sure” Cashier	“Sorry?” Cashier	Buy
Help	Restart	Quantity	Stock
			
Language	Mood Bar	Time Bar	Cooking Meter

5.6.6 Character Design

Sesuai dengan hasil studi eksisting game android yang terdapat di playstore, penggayaan karakter untuk cooking game pada umumnya menggunakan outline dan simple coloring.

5.6.6.1 Main Character

Dalam game Nusantara Kitchen, terdapat 3 karakter utama yang memiliki peran dalam mengelola bisnis restoran pemain. Ke 3 karakter berikut memiliki dialog yang akan di gunakan pada Background Story.

Tabel 5.3 Karakter

Character	**Deskripsi**
 Gambar 5.29 Karakter Ellie Sumber: Kireina Aisyah, 2020	Karakter berikut bernama Ellie Peran Ellie pada game adalah sebagai Food Vlogger yang mempromosikan restoran “Nusantara Kitchen” di sosial media. Karakter berikut akan hadir di Background Story dan memperkenalkan alur cerita level. Job Desk Ellie sebagai food vlogger terinspirasi dari trend konten food vlogging di media youtube. Pernyataan berikut di dapatkan dari hasil kuesioner. Karakter Ellie digambarkan memiliki rambut blonde dan berpakaian seperti turi dengan topi pantai dan kacamata hitam. Pada game ini, karakter Ellie berasal dari luar

	Indonesia dan tertarik dengan kuliner Indonesia.
 Gambar 5.30 Karakter Rani Sumber: Kireina Aisyah, 2020	Karakter berikut bernama Rani Rani adalah karakter utama dalam game “Nusantara Kitchen” karena perannya sebagai Head Chef di restoran. Karakter Rani digambarkan memiliki rambut hitam yang di ikat ke belakang. Rambut di ikat merupakan salah satu peraturan bagi Chef perempuan yang berkerja di dapur. Karakter Rani berasal dari Indonesia
 Gambar 5.31 Karakter Carol Sumber: Kireina Aisyah, 2020	Karakter berikut bernama Carol Carol berperan sebagai Chef Assistant dari Rani, Karakter Carol berasal dari luar negeri, namun ia berkerja di Indonesia bersama Rani.

5.6.6.2 Karakter Pelanggan

Karakter pelanggan di gambarkan dengan variasi pakaian dan krakteristik lainnya. Karakter pelanggan di desain dengan gaya yang berbeda beda untuk menunjukkan diversitas masyarakat Indonesia. Berikut adalah desain karakter pelanggan untuk game “Nusantara Kitchen” berserta ekspresinya.

Gambar 5.31 Karakter Pelanggam berserta Ekspresinya

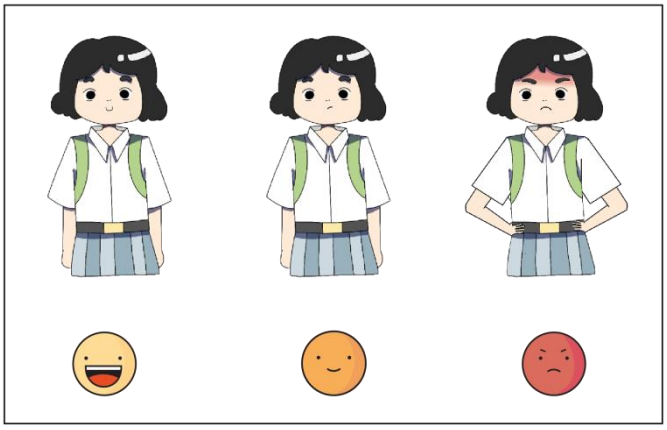
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

- **Variabel Mood**

Variabel Yang Membuat Mood Berubah

Tabel 5.4 Variabel Mood

No	Condition	Mood (%)
	Pemain membuat kesalahan major	-30%
	Pemain membuat kesalahan minor	-10%
	Pemain meminta pelanggan untuk memperjelas menu	-5%
	Pemain berhasil mendeliver menu sesuai dengan pesanan	+20%



Gambar 5.32 Pelanggan yang berubah sesuai dengan mood meter

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Variabel Mood Percentage Pelanggan

Mood percentage pelanggan akan berkurang 1% per 2 detik

Tabel 5.5 Variabel Mood dan Tips

No	Mood (%)	Expression	Tips (% from income)
	61% >	Happy	20%
	51-60%	Happy	10%
	41-50%	Normal	5%
	31-40%	Angry	0%
	0-30%	Angry	REFUND

5.6.7 Desain Splash Screen

Berikut adalah desain splash screen, desain splash screen dibuat seerhana dengan logo restoran dan background ilustrasi masakan ikonik Indonesia.

Gambar 5.33 Desain Splash Screen

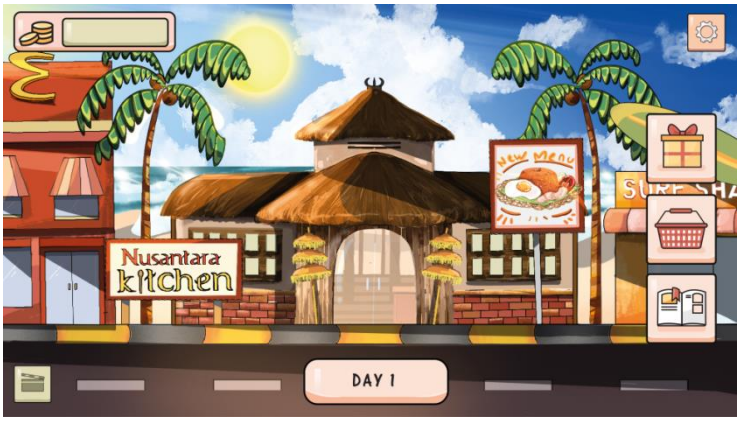
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

5.6.8 Desain Home

Gambar 5.34 Desain Home

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Berikut merupakan desain konsep awal untuk game Nusantara Kitchen. Dengan eksterior restaurant sebagai ilustrasi utama.



Gambar 5.35 Desain Home yang telsh diperbarui

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Setelah melalui tahap asistensi dan revisi, berikut adalah desain Home terbaru yang terinspirasi dari restoran Jimbaran, atau restoran dengan nuansa khas Bali, dengan atap ilalang yang bertingkat serta latar belakang pantai. Kesan berikut diciptakan untuk membangkitkan citra Indonesia dalam game. Bali dipilih menjadi salah satu tempat untuk latar game karena Bali termasuk dalam 5 destinasi kuliner yang dicetuskan oleh UNWTO. Di sebelah kiri restoran, terdapat restoran fast food yang bernama Ed's Burger, yang di kisahkan pada game sebagai restoran pesaing, restoran fast food berikut memiliki cerita tersendiri yang akan di ceritakan pada level 5 ke atas.

Gambar 5.36 Referensi ilustrasi background untuk laman Home dan Kasir

Sumber: Pinterest

5.6.9 Desain Setting

Gambar 5.37 Desain Halaman Settings

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Berikut merupakan desain untuk laman settings. Pemain dapat mengatur bahasa yang ingin digunakan. Game berikut di buat memiliki 2 opsi bahasa, sehingga dapat di mainkan oleh pemain dari luar Indonesia.

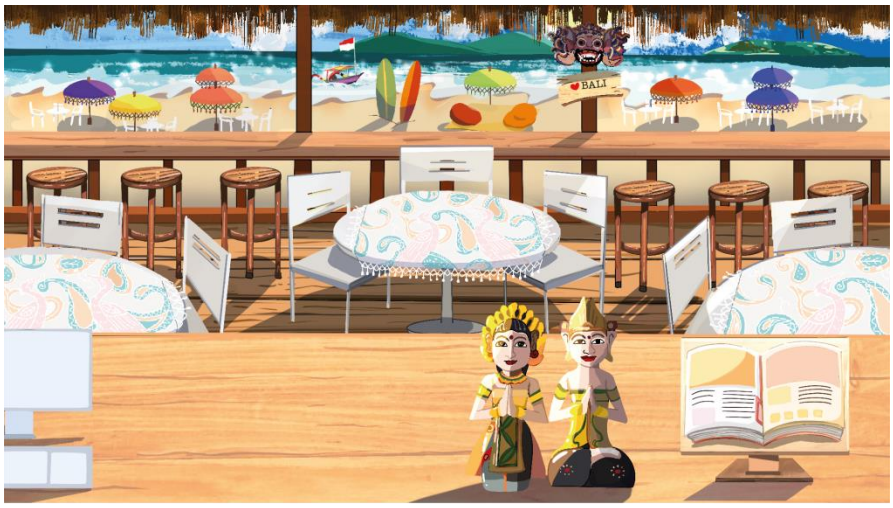
5.6.10 Desain Front Desk

Gambar 5.38 Desain Halaman Kasir

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Berikut adalah konsep desain awal Halaman Kasir, dimana terdapat meja kasir yang berfungsi untuk penempatan makanan pesanan yang telah di masak di dapur.

Background dari halaman berikut menunjukkan interior restoran. Dari hasil asistensi dan revisi, desain Interior background di ubah menjadi konsep open restaurant seperti restoran restoran yang berada di Bali.



Gambar 5.39 Desain Background Halaman Kasir dengan konsep open restaurant dengan nuansa Bali

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Gambar 5.40 Desain Halaman Kasir setelah di revisi

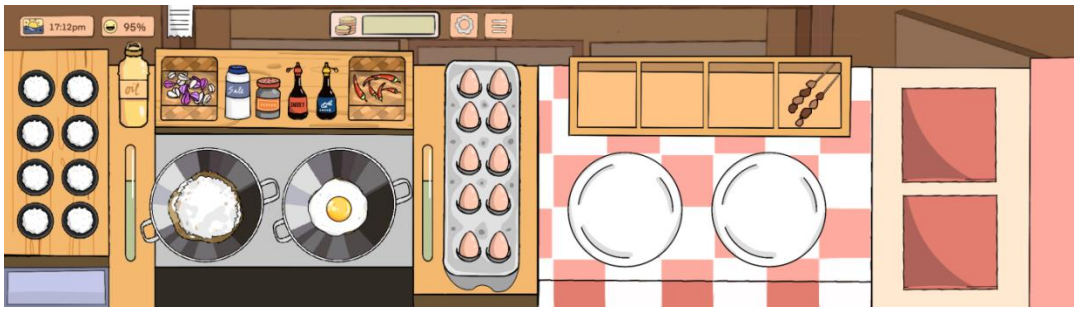
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Desain Halaman Kasir yang telah diperbarui memiliki nuansa Indonesia yang ditekankan dalam grafis. Seperti ilustrasi kain batik pada meja makan, patung dekorasi hindu-buddha yang menggambarkan budaya Bali, topeng barong sebagai ornamen pajangan, serta payung payung Bali yang menjadi payung pantai.

5.6.11 Desain Dapur

Desain Dapur lama:

Hasil desain kasar dapur sebelum riset.



Gambar 5.41 Desain Dapur Lama

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

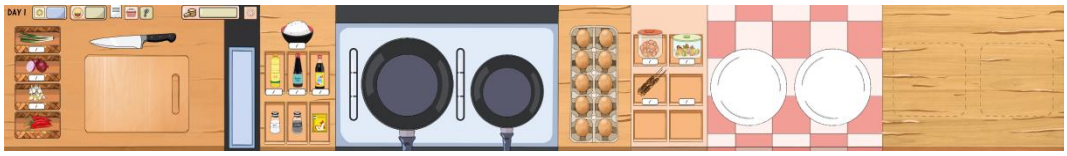
Desain Dapur yang telah diperbarui:

Hasil Desain dapur setelah melakukan riset ke dapur hotel All Sedayu. Desain dapur dari hotel berikut di jadikan referensi desain.

Gambar 5.42 Desain Dapur setelah Riset

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Setelah melalui user testing pada laman “Kitchen”, asset pada laman”kitchen” diperbesar untuk mempermudah user dalam menekan dan melaukan proses drag pada asset. Layout dapur juga di ubah menjadi lebih panjang dan dibagi menjadi 4 bagian seperti pada gambar berikut:

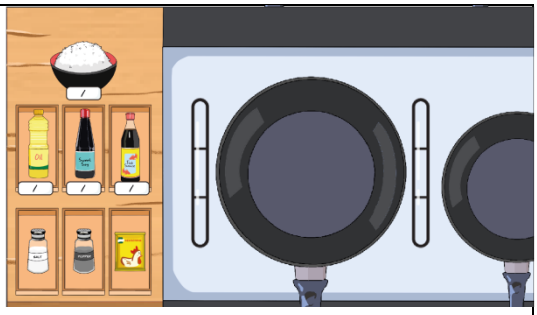


Gambar 5.43 Desain Dapur Revisi

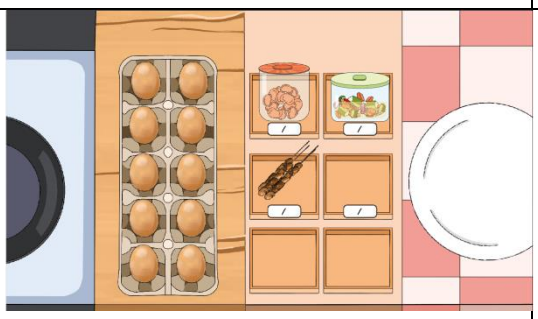
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Tabel 5.6 Detail dari Desain Dapur

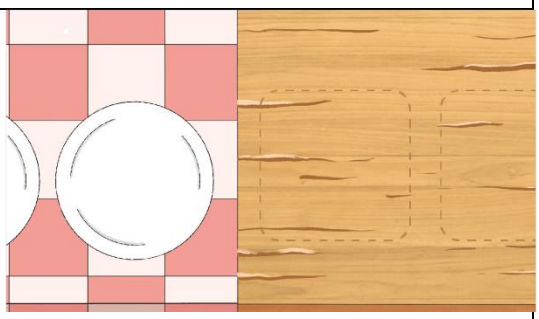
Gambar 5.44 Bagian “Cutting”



Gambar 5.45 Bagian “Cooking”



Gambar 5.46 Bagian “Garnish”



Gambar 5.47 Bagian “Serving”

MEKANIKA DAPUR:

Dapur memiliki 3 bagian (Cook, Garnish, Serve)

Cook:

- Terdapat 2 panci dengan ukuran besar dan kecil untuk memasak
- Pemain akan memasak nasi goreng di atas wok/panci besar menggunakan bumbu bumbu inti.
- Pemain akan memasak telur di panci kecil

Memasak nasi goreng (Panci Besar)

- Terdapat bumbu bumbu wajib pada bagian cook yang harus masuk ke dalam campuran nasi goreng, apabila tidak komplit, maka nasi goreng tidak dapat di aduk

- Setelah pemain memasukkan bumbu dengan komplit, makan pemain dapat mengaduk nasi goreng hingga jadi
- Ada beberapa bahan yang menjadi bahan opsional seperti Telur, Cabai dan toppings. Bahan tersebut di masukkan sesuai dengan request pelanggan

Memasak Telur (Opsional, sesuai request dari pelanggan)

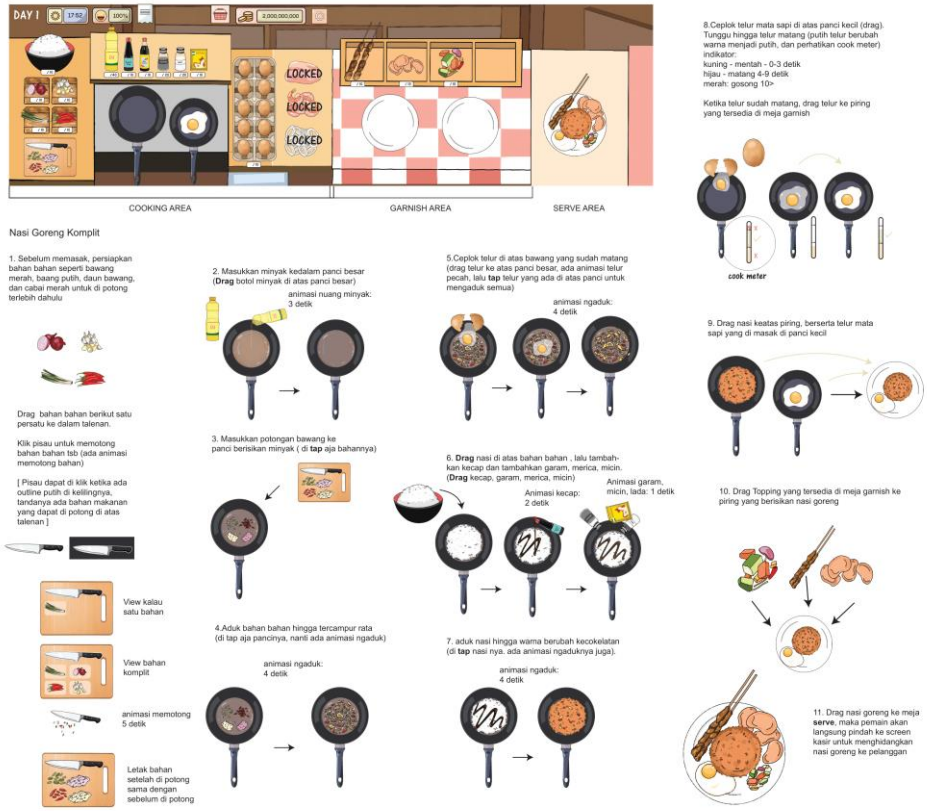
- Pemain memecahkan telur ceplok langsung ke dalam panci
- Akan ada cook meter yang menunjukkan tingkat kematangan telur dari MENTAH --- MATANG ----- GOSONG
- Telur harus di angkat ketika matang

Garnish

- Pemain memindahkan nasi goreng dan telur yang sudah matang ke meja Garnish
- Pemain meletakkan topping di atas nasi goreng sesuai yang di request pelanggan

Serve

- Pemain memindahkan makanan yang sudah siap ke meja serve
- Screen akan berganti ke meja kasir, dengan makanan yang siap di drag ke pelanggan
- Berikut merupakan Grand Design Document pada bagian masak memasak di dapur. Tahapan berikut merupakan tahapan yang sudah di sesuaikan dengan buku ikon kuliner Indonesia.

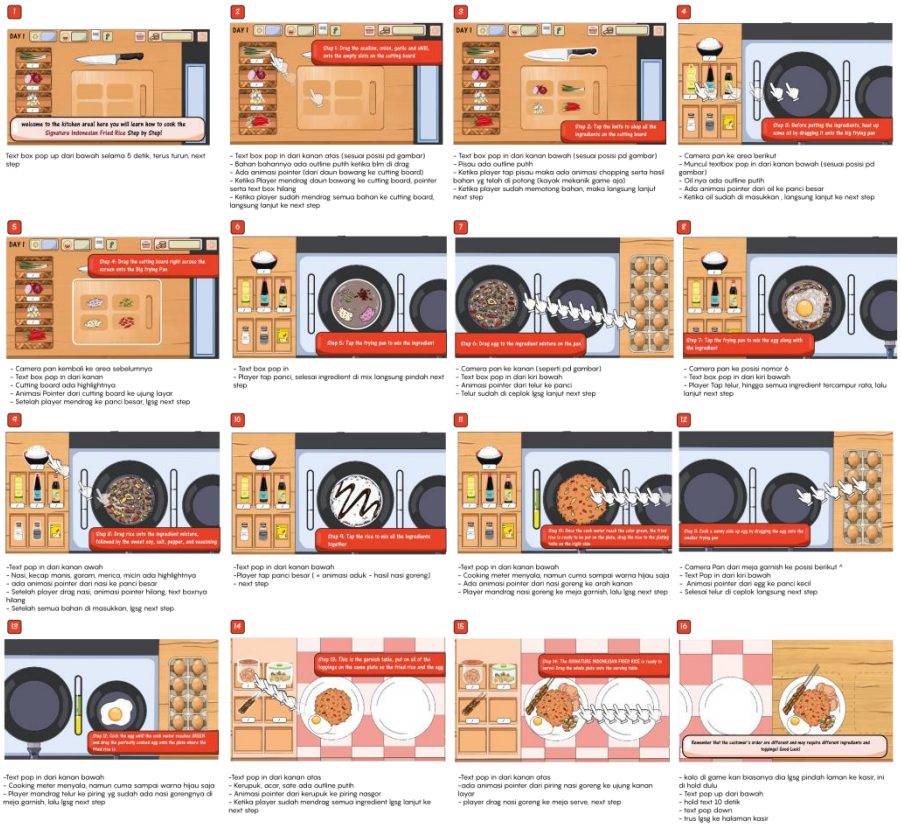


Gambar 5.48 Grand Design Document untuk halaman “kitchen”

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

5.6.12 Desain Level Tutorial

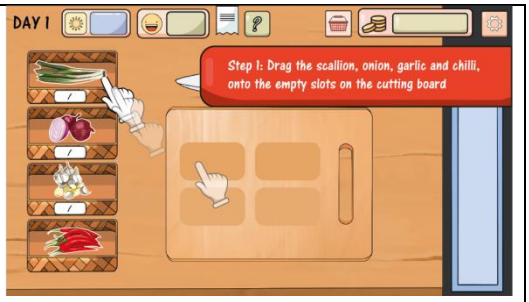
Level Tutorial merupakan level awal dalam game. Pada level berikut, pemain akan diarahkan untuk memasak Nasi Goreng secara bertahap agar pemain dapat memainkan permainan pada level level selanjutnya.



Gambar 5.49 Tutorial memasak full

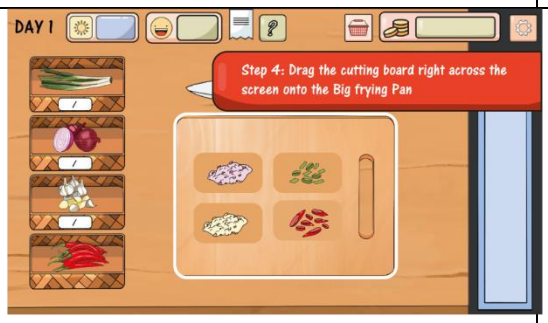
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

Tabel 5.7 Tahapan Tutorial Memasak

	
Gambar 5.50 Pengenalan	Gambar 5.51Step 1

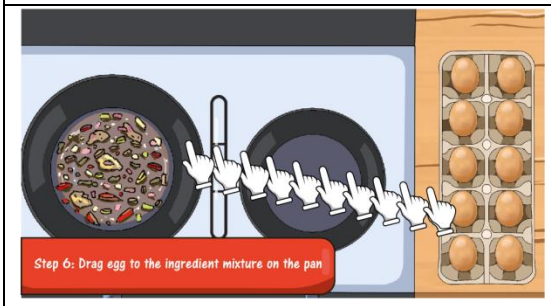
Gambar 5.52 Step 2

Gambar 5.53 Step 3



Gambar 5.54 Step 4

Gambar 5.55 Step 5



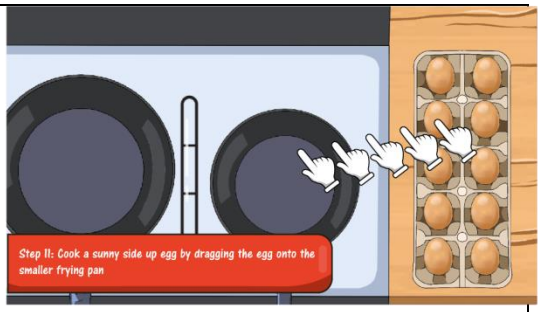
Gambar 5.56 Step 6

Gambar 5.57 Step 7

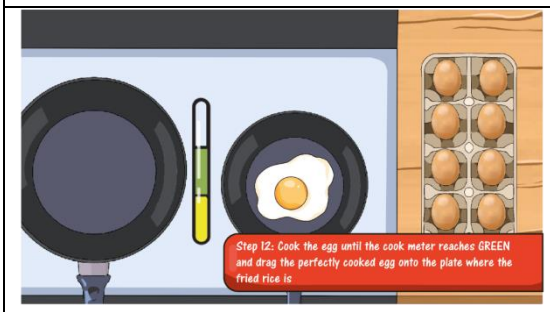
Gambar 5.58 Step 8

Gambar 5.59 Step 9

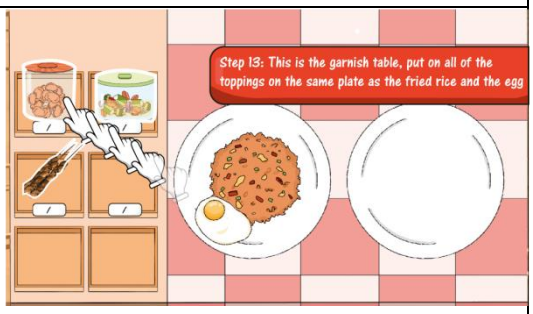
Gambar 5.60 Step 10



Gambar 5.61 Step 11

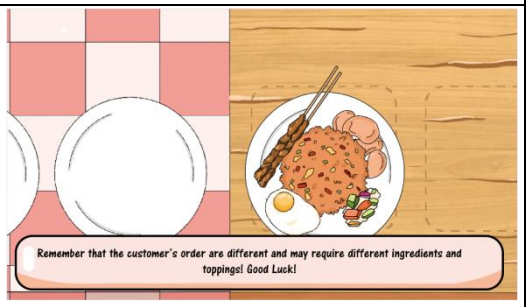


Gambar 5.62 Step 12



Gambar 5.63 Step 13

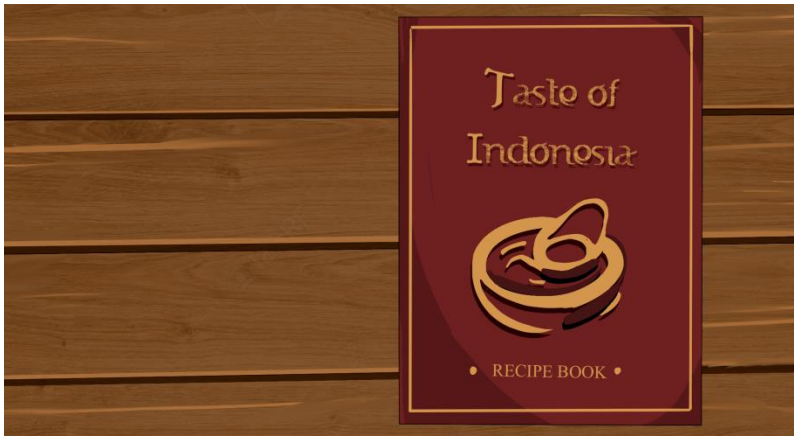
Gambar 5.64 Step 14



Gambar 5.65 End

5.6.13 Desain Cooking Book

Berikut adalah desain halaman buku resep. Pada halaman buku resep terdapat background kayu serta buku resep berwarna merah berjudul “Taste of Indonesia” dengan dekorasi gambar cobek dan ulekan yang terkenal ikonik di Indonesia.



Gambar 5.66 Desain Buku Resep (Tertutup)

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

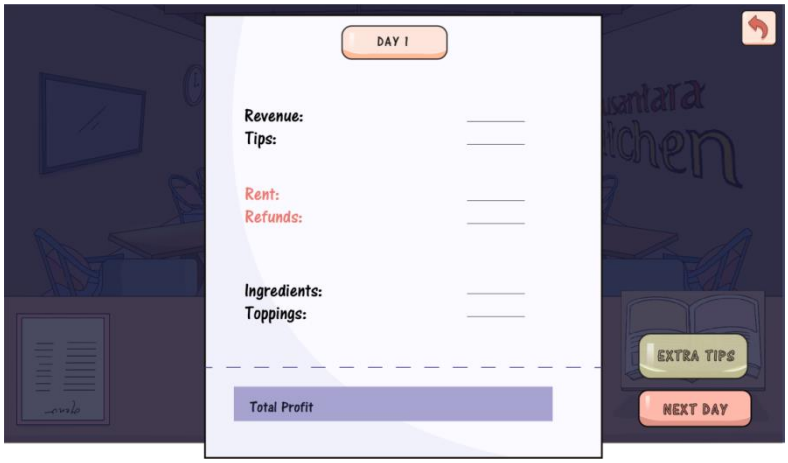
Untuk membuka Buku Resep, pemain cukup menekan cover buku, makaan akan ada animasi buku terbuka ke halaman

Gambar 5.67 Desain Buku Resep Terbuka

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

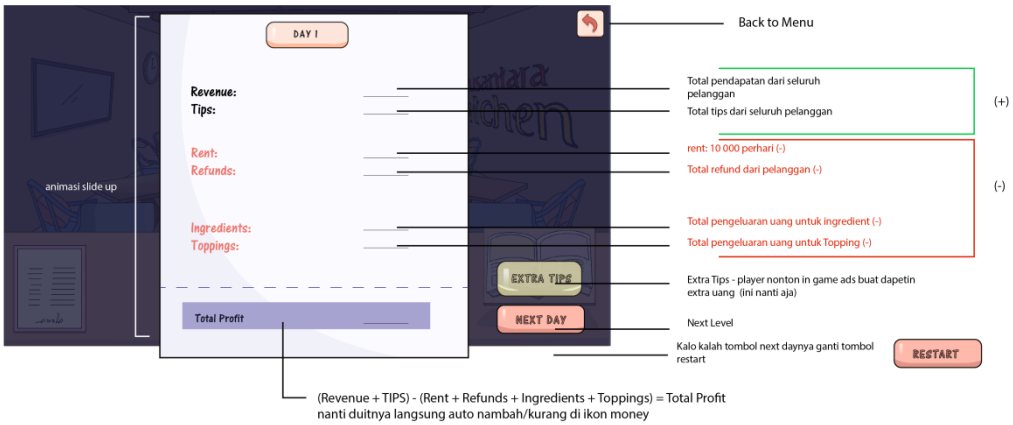
5.6.14 Desain Receipt

Halaman Receipt akan muncul ketika pemain telah menyelsaikan level.



Gambar 5.68 Desain Halaman Receipt

Sumber: Kireina Aisyah, 2020



Gambar 5.69 Grand Design Document untuk Halaman Receipt

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

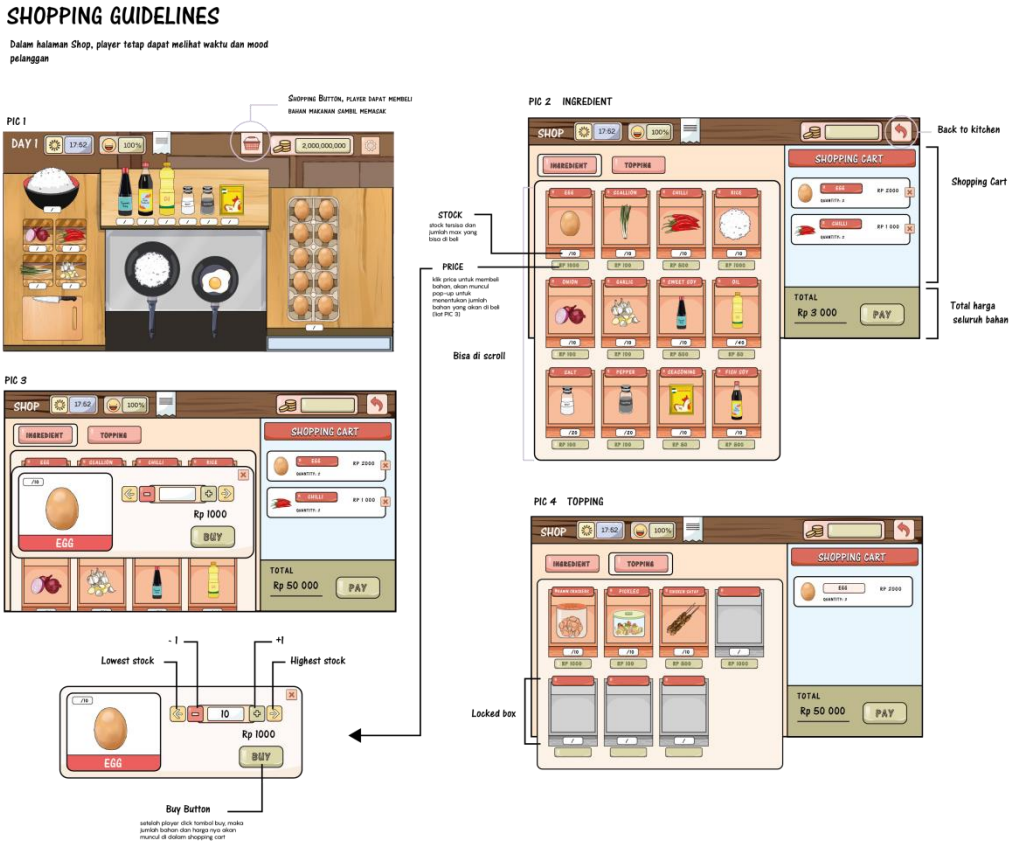
Berikut adalah desain receipt. Desain receipt (bon) di gambarkan seperti struk belanja. Background untuk desain berikut merupakan restoran dalam keadaan malam atau ketika lampu sudah di matikan.

5.6.15 Desain Shop

Berikut adalah tampilan shop.

Gambar 5.70 Desain Halaman “Shop”

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

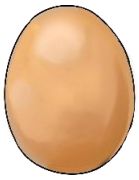


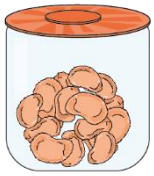
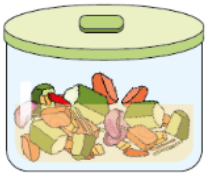
Gambar 5.71 Grand Design Document untuk Halaman Shop

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

5.6.16 Ikon Makanan

Berikut adalah baham bahan yang digunakan oleh pemain saat memasak

Nasi	**Telur** 	**Kecap**	**Kecap Asin**
Minyak	**Merica**	**Garam**	**Seasoning**
Cabai	**Bawang Merah**	**Bawang Putih**	**Daun Bawang**

Sate Ayan	**Kerupuk Udang** 	**Acar** 

5.6.17 Desain Makanan Indonesia dalam Menu Book

Sesuai dengan hasil kuesioner, responden lebih berminat kepada style Ghibli untuk di aplikasikan pada ilustrasi makanan, sehingga ilustrasi makanan untuk bagian buku resep akan menggunakan penggayaan berikut:

5.6.18 Desain Visual Makanan Nasi Goreng

Gambar 5.72 Ilustrasi Nasi Goreng sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

5.6.19 Desain Visual Makanan Rendang

Gambar 5.73 Ilustrasi Rendang sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

5.6.20 Desain Visual Makanan Nasional: Sate Ayam

Gambar 5.74 Ilustrasi Sate Ayam sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional

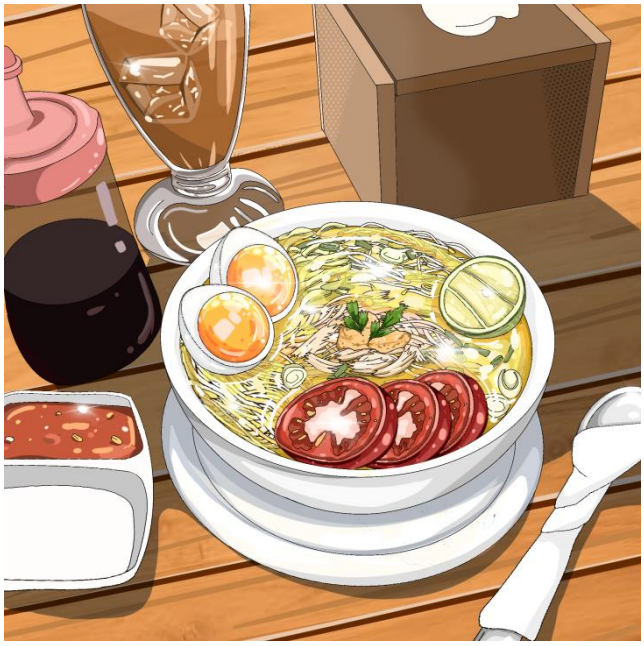
Sumber: Kireina Aisyah, 2020

5.6.21 Desain Visual Makanan Nasional: Gado Gado

Gambar 5.75 Ilustrasi Gado gado sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional

Sumber: Kireina Aisyah, 2020

5.6.22 Desain Visual Makanan Nasional: Soto Ayam



Gambar 5.76 Ilustrasi Soto Ayam sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional

5.7 Perhitungan RAB

5.7.1 Tahapan Produksi

1. Tahap Riset

Tahap penelitian berguna untuk mengetahui konten dan kebutuhan yang harus dipenuhi dalam game. Selain konten, tahapan riset juga berguna untuk analisa pasar game yang akan di rancang.

2. Tahap Desain Game

Output yang diinginkan pada tahap ini adalah desain konsep dan jalannya permainan, serta penggambaran pada setiap halaman permainan

3. Tahap Penggambaran Asset

Ketika telah disusun skenario, dan naskah, pihak artist dapat dengan mudah menggambarkan asset yang dibutuhkan

4. Tahap Programming

Pada tahap ini programmer dan artist saling berkerja sama demi mewujudkan game yang baik. Pada tahap ini dibutuhkan cukup satu orang programmer terpercaya.

5. Tahap Tes Main

Jika game telah selesai melalui prosses pengembangan (Tahap 3-5) maka game harus siap diuji mainkan oleh target yang dituju dan stakeholder. Hak yang diujikan meliputi penyampaian sisi UI/UX, Gameplay dan Elemental Tetrat

6. Tahap Evaluasi

Setelah mendapatkan evaluasi, saran, maupun kritik game harus dikembangkan kembali dan diperbaiki. Tahapan evaluasi dan tahapan uji main akan terus berulang hingga game bebas dari bug maupun system error.

7. Tahap Publikasi

Pada tahap ini dibutuhkan pengajuan game pada suatu studio atau instansi yang telah terdaftar dalam playstore. Jika sudah mendapatkan persetujuan, game dapat di publikasikan dan diunduh di playstore maupun appstore.

8. Tahap Pemasaran

Pada tahap pemasaran, peran penulis akan berganti sebagai admin game. Penulis mengamati dan menganalisa pemasaran game

9. Tahap Promosi

Untuk mempertahankan posisi game agar diunduh oleh banyak orang. Penulis akan melakukan serangkaian promosi lewat online maupun langsung kepada taret. Promosi online dilakukan dengan membuat iklan di instagram maupun facebook.

10. Kontuinitas Pemasaran

Game berikut harus terjaga kontinuitasnya agar dapat diunduh oleh banyak kalangan.

5.7.2 Workflow

Tabel 5.8 Workflow

No.	Proses	Rincian Kegiatan	Jumlah TK	Banyak Mesin	Lama Pengerjaan	Jumlah Hari Kerja
1	Desain Game	- Mendesain gameplay - Menyusun	1 (penulis)	1 Laptop 1 iPad	4 jam	2 minggu

		Skenario - Menyusun Naskah - Menyusun Level				
2.	Penggambaran Asset	- Asset Low Fidelity - Menggambarkan ikon tombol, karakter, halaman tiap menu, asset makanan, asset background	1 (penulis	1 Laptop 1 iPad	4 jam	2 minggu
3	Penggambaran Asset	- Asset High Fidelity seluruh ikon, logo, asset permainan, asset tiap halaman menu, animasi dan peralatan teks	1 (penulis)	1 Laptop 1 iPad	8 jam	Kerja full selama 2 bulan (2 minggu)
4.	Programming	- Memprogram seluruh jalannya game, fungsi tombol, gameplay, proses	1 (programmer)	1 Laptop 2 handphone	6 jam	3 bulan

		leveling, dialog				

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan perkembangan mobile game dengan genre cooking game yang setiap tahunnya memiliki pasar yang stabil, ditemukan peluang untuk mengangkat konten masakan Indonesia yang berpotensi untuk laku baik di pasar internasional maupun di Indonesia.

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan, dimulai dari studi literature, wawancara, observasi hingga protoyping, konsep "*know your local cuisine*" yang berarti memperkenalkan masakan Indonesia dari beragam aspek, diangkat sebagai konsep utama dalam permainan, sehingga membentuk game denga genre *simulation*, digabungkan dengan time management sebagai unsur tantangan dalam game.

Dari hasil post-testplay, dapat disimpulkan bahwa game "Nusantara Kitchen" merupakan game yang informatif dengan adanya fitur fitur seperti cooking book, serta tutorial yang mendetail, mudah dipahami, dan di aplikasikan oleh pemain.

Game juga memiliki nilai interaksi dalam bermain, dimana ketika pelanggan memesan makanan, deskripsi pesanan diwujudkan dalam bentuk teks atau percakapan yang membuat pemain terbawa dalam suasana game. Berbeda dengan cooking game lain yang umumnya menggunakan gambar makanan lengkap dengan detail topping sebagai visual pesanan pelanggan, dimana hal ini hanya memberikan ingatan visual saja namun tidak menekankan unsur interaksi dan pengenalan.

Dalam level tutorial, instruksi yang di berikan membangun nilai interaksi antara game dengan pemain, dimana pemain secara tidak langsung dipaksa untuk memahami tahapan memasak dengan membaca bubble teks pada tiap tahapan,

dengan hal ini pemain dapat mengenal dan memahami alat dan bahan bahan memasak makanan Indonesia.

Keberhasilan pemain dalam menyelesaikan suatu pesanan dengan benar diapresiasi dengan komplimen dari pelanggan yang dapat dilihat dalam bubble teks ketika makanan telah disajikan, sehingga pemain mendapatkan rasa *accomplishment* serta apresiasi ketika bermain.

Gaya visual dalam game menggunakan style *Ghibli* sebagai gaya yang paling digemari oleh target audien berdasarkan dari hasil *polling* pada kuesioner. Gaya ini digunakan pada penggambaran latar, serta makanan Indonesia yang terdapat dalam menu book. Asset visual dalam game juga mendukung dalam meningkatkan nilai budaya Indonesia dengan adanya objek objek seperti batik Bali, topeng barong, dekorasi patung Hindu Buddha yang mendukung latar tempat dalam game. Dari hasil post-test, pemain dapat mengenali beberapa asset visual yang menggambarkan budaya Indonesia.

Mobile game ini, secara langsung dapat menjadi media pengenalan kuliner Indonesia dengan cara yang menyenangkan. Pemain mengenali masakan Indonesia sekaligus cara memasak makanan tersebut, hal ini mendukung poin poin yang ada dalam konsep *ñ k n o w y o u r ò l o c a l c u i s i n e*

Dengan berbagai pembahasan pada laporan ini, dapat disimpulkan bahwa game “Nusantara Kitchen” dapat menjadi media pengenalan akan kuliner Indonesia yang informative, menyenangkan untuk di mainkan, dan berpotensi untuk dipasarkan secara universal.

6.2 Saran

Dalam Perancangan ini masih terdapat banyak penelitian dan penggalian data yang belum di lakukan secara detail dan terperinci. Sehingga berikut adalah saran untuk perancangan dan penelitian kedepannya:

1. Menghadirkan beragam fitur lain yang dapat membuat game dapat di kustomisasi sesuai dengan keinginan pemain, sehingga membuat pemain

memiliki kebebasan dan control penuh dalam melakukan aksi aksi dalam permainan.

2. Melakukan lebih banyak post test serta perbaikan lebih lanjut setelah menerima feedback dari pemain dengan latar belakang yang berbeda beda, agar game dapat lebih diterima secara luas di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Indra Kusuma, R. H. (2019). *Kemenpar Tetapkan 5 Makanan Nasional yang Otentik Indonesia.* Jakarta: Suara.com.

Andriani, D. (2013). *Kuliner Indonesia, Potensi Makanan Nusantara di Pasar Dunia.* Jakarta: Bisnis.com.

Chester, M. (2007;2008). The Extent, Nature and Effects Of Food Promotion to Children. *A Review of The Evidence to December 2008* (pp. A-19). United Kingdom: World Health Organization (WHO).

Funk, W. (1985). *New Encyclopedia.* Oxford: Oxford University Press.

Gustaman, Y. (2019). *Mulut Awal Ketahanan Nasional, Ini Penjelasan AM Putut Prabantoro.* Jakarta: Tribbunnews.com.

Hens, H. (2019). *Alasan Kuliner Indonesia Sulit Bersaing di Luar Negeri.* Jakarta: Liputan6.com.

J, D. (2015). *Ini Cara Membangkitkan Kuliner Indonesia yang Nyaris Punah.* Balikpapan: Kompas.com.

Khairani Larasati Imania, Riama Maslan Sihombing, Intan Rizky Mutiaz. (2014). Pemanfaatan Produk Budaya Modern dalam Bentuk Game untuk Mobile Gadget sebagai Media Pelestarian Budaya Tradisional (Dengan Studi Kasus Kue Tradisional Jawa Barat). *ITB J. Vis. Art & Des, Vol. 6, No. 1*, 17-28.

Maisyaroh. (2016). EDUKASI GAME PENGENALAN MAKANAN TRADISIONAL INDONESIA. *Publikasi Ilmiah, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2-3.

Majid, M. N. (2019). *Efektivitas Pemasaran Bisnis Kuliner Melalui Instagram.* Jakarta: Kompasiana.

Mandra Lazuardi, Mochamad Sandy Triady. (2015). Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Indonesia Menuju 2025* (p. 17). Jakarta: PT. REPUBLIK SOLUSI.

Mian, Badrar, Takhrar. (2013). *Development Guidelines for Mobile.* Sweden: KTH Computer Science and Communication.

Nahdah Khairun Najibah, Angeka C. Monalisa. (2017). Kuliner Nusantara Sebagai Jati Diri Bangsa. 7.

Odi. (2012). *Ini Dia 30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia !* Jakarta: detikFood.

Patton, S. (2017). *The Definitive Guide to Playtest Questions.* Pittsburg, USA: Schell Games.

Prawira, S. D. (1989). *Warna sebagai salah satu unsur seni & desain.* Jakarta: P2LPTK.

Sanyoto, S. E. (2005). *Dasar dasar tata rupa dan desain (Nirmana).* Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.

Sari, F. P. (2012). *Inilah 30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia.* Jakarta: Kompas.

Silaen, F. (2015). *Merawat Kuliner Indonesia ala ACMI.* Beritagar.id.

Tawer, S. (2017). Interactive Culinary Application. *Patent Application Publication, United States*, 1.

Windratie. (2015). *Ke Mana '30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia' Sekarang?* Jakarta: cnnindonesia.com.

Wojirsch. (1995). *Pengertian Ilustrasi* .

LAMPIRAN

GAME DESIGN DOCUMENT

MEI 2020

| OVERVIEW

Judul	Nusantara Kitchen
Genre	Simulation, Time Management
Rating	E (Everyone)
Core Game Mechanics	Gameplay simulation/time management. Pemain harus berhasil mendapatkan untung dari menjual makanan khas Indonesia setiap harinya. Pemain akan memasak makanan dengan langkah langkah yang sesuai , dan memasak sesuai dengan pesanan pelanggan. Apabila pemain tidak memasak makanan sesuai dengan yang di inginkan pelanggan maka akan ada pengurangan pendapatan yang di berikan oleh pelanggan. Pemain juga harus taktis dala mengelola pengeluaran ketika membeli bahan bahan makanan agar tidak rugi. Skenario cerita pada alternative berikut adalah tentang seorang chef yang ingin mengunggulkan makanan Indonesia di tengah maraknya perkembangan makanan cepat saji. Pemain akan kalah apabila rugi/bankrupt dalam mengelola restoran

GARIS BESAR PERMAINAN

13. Level dalam game disebut dengam “Day 1, 2, 3…”
14. Pemain yang sudah naik level tidak dapat kembali ke level sebelumnya
15. Dalam level terdapat beberapa indicator seperti **mood**, **time**, **money**. Mood mengindikasi emosi pelanggan ketika menunggu makanan di masak, mood

dimulai dari 100%, dan setiap 2 detik turun 1%, sehingga pemain harus cepat dalam menyajikan makanan. Semakin besar persennya, semakin besar tips yang di berikan dari pelanggan.

16. Time merupakan indikasi dari jam buka restoran, di mulai dari jam 12:00 hingga jam 21:00. Dimana indikasi waktu bertambah 15 menit (dalam game) setiap 15 detik.
17. Pelanggan yang datang ke restoran akan memesan makanan, lalu chef akan memasak makanan pada laman dapur yang terpisah. Apabila chef berhasil memasak makanan sesuai dengan yang di inginkan pelanggan, maka pelanggan akan membayar uang tips. Namun apabila sebaliknya, pelanggan akan meminta refund sehingga merugikan usaha pemain.
18. Pada laman dapur, pemain akan memasak suatu menu dengan langkah langkah yang sudah di jelaskan di tutorial (level 1)
19. Uang tips atau hasil dari keuntungan pemain dapat di gunakan untuk mengupgrade interior restoran atau mengupgrade bahan bahan masakan.
20. Modal Penjual Awal permainan: 50 000 rupiah
21. Jumlah Customer 1 Hari (level) = 10 Orang
22. Durasi Waktu per level: 12.00-21.00.
    - Time Movement 15 detik real life = 15 menit in game (contoh display in game: 12.00 – 12.15 – 12.30.. dst)

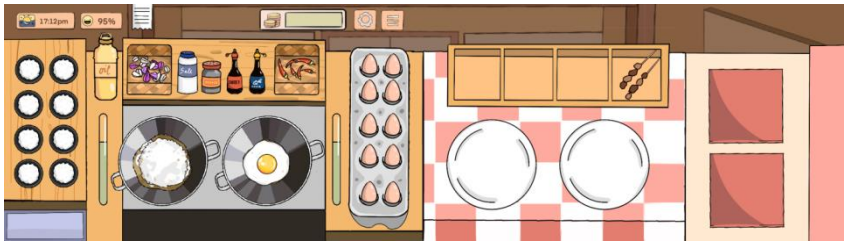
| MEKANIKA PERMAINAN

Perilaku Pemain:

- Pemain akan langsung di hadapkan pada meja kasir dan pelanggan
- Pemain dapat meng “IYA” kan pesanan pelanggan, atau bertanya lebih lanjut apabila pesanan client kurang jelas. Konsekuensi bertanya lebih lanjut adalah **pengurangan point percent dari mood pelanggan** (referensi game: Good Pizza Great Pizza)
- Setelah meng”iya” kan pesanan, Pemain akan langsung berpindah scene ke Dapur
- Pemain akan memasak makanan sesuai dengan step by step dan pesanan pelanggan

Perilaku Pemain (Dapur)

- Dapur memiliki 3 bagian (Cook, Garnish, Serve)



Cook:

- Terdapat 2 panci dengan ukuran besar dan kecil untuk memasak
- Pemain akan memasak nasi goreng di atas wok/panci besar menggunakan bumbu bumbu inti.
- Pemain akan memasak telur di panci yang lebih kecil

Memasak nasi goreng (Panci Besar)

- Terdapat bumbu bumbu wajib pada bagian cook yang harus masuk ke dalam campuran nasi goreng, apabila tidak komplit, maka nasi goreng tidak dapat di aduk
- Setelah pemain memasukkan bumbu dengan komplit, makan pemain dapat mengaduk nasi goreng hingga jadi
- Ada 2 bahan yang menjadi opsional seperti Telur dan Cabai. Bahan tersebut di masukkan sesuai dengan request pelanggan

Memasak Telur (Opsional, sesuai req pelanggan)

- Pemain memecahkan telur ceplok langsung ke dalam panci
- Akan ada cook meter yang menunjukkan tingkat kematangan telur dari MENTAH --- MATANG ----- GOSONG
- Telur harus di angkat ketika matang

Garnish

- Pemain memindahkan nasi goreng dan telur yang sudah matang ke meja Garnish
- Pemain meletakkan topping di atas nasi goreng sesuai yang di request pelanggan

Serve

- Pemain memindahkan makanan yang sudah ready ke meja serve
- Screen akan berganti ke meja kasir, dengan makanan yang siap di drag ke pelanggan

Perilaku Pelanggan:

- Pelanggan akan datang satu per satu
- Pelanggan akan memesan makanan dengan mengatakan orderannya (akan ada bubble chat berisikan text pesanan)
- Pelanggan akan berganti ekspresi sesuai dengan pengungarangan mood points
- Pelanggan akan “senang” ketika mendapatkan pesanan yang sesuai dan memberikan tips
- Pelanggan akan “marah” ketila mendapatkan pesanan yang tidak sesuai, apabila kesalahannya sedikit, konsekuensinya pelanggan tidak akan memberikan tips. Apabila kesalahannya banyak, konsekuesinya pelanggan akan meminta refund.

Variabel Makanan

Variabel Bahan Makanan (Cook)

No	Bahan Makanan	Harga	Kuantitas
	Nasi	2000	1 porsi
	Telur	1000	1
	Kecap	50	1
	Kecap Asin	50	1
	Bawang Putih	100	1
	Bawang Merah	100	1
	Daun Bawang	100	1
	Garam	100	1
	Merica	100	1
	Minyak	500	1
	Penyedap	50	1
	Cabai	500	1

Variabel Bahan Makanan (Shop)

No	Bahan Makanan	Harga	Kuantitas
	Nasi	20 000	10 porsi
	Telur	10 000	1 pac (10)

	Kecap	500	1 sachet (10x)
	Kecap Asin	500	1 sachet (10x)
	Bawang Putih	1000	1 iket (10x)
	Bawang Merah	1000	1 iket (10x)
	Daun Bawang	1000	1 iket (10 x
	Garam	2000	1 botol (20 x)
	Merica	2000	1 botol (20 x)
	Minyak	20 000	1 botol (40x)
	Penyedap	500	1 sachet (10x)
	Cabai	5000	10 porsi

Variabel Bahan Makanan (Garnish and Shop)

No.	Topping	Harga
	Acar	2000
	Kerupuk	1000
	Sate	3000

Total: 6000

Harga Nasi Goreng

	Tipe Nasi Goreng	Harga Asli	Harga Jual	Komponen
	Nasi Goreng Komplit	11.100	15.000	¶ Nasi ¶ Telur (orak arik) ¶ Telur Ceplok ¶ Kecap ¶ Bawang Putih ¶ Bawang Merah ¶ Daun Bawang ¶ Garam ¶ Merica

				¶ Minyak ¶ Penyedap ¶ Cabai ¶ Kerupuk ¶ Sate ¶ Acar
	Nasi Goreng Komplit tidak pedas	10 550	14 500	¶ Nasi ¶ Telur (orak arik) ¶ Telur Ceplok ¶ Kecap ¶ Bawang Putih ¶ Bawang Merah ¶ Daun Bawang ¶ Garam ¶ Merica ¶ Minyak ¶ Penyedap ¶ Kerupuk ¶ Acar ¶ Sate Ayam
	Nasi Goreng Biasa (tanpa topping)	5050	9000	¶ Nasi ¶ Telur (orak arik) ¶ Telur Ceplok ¶ Kecap ¶ Bawang Putih ¶ Bawang Merah ¶ Daun Bawang ¶ Garam ¶ Merica ¶ Minyak ¶ Penyedap

Variabel Mood

Variabel Yang Membuat Mood Berubah

No	Condition	Mood (%)
	Pemain membuat kesalahan major	-50%
	Pemain membuat kesalahan minor	-10%
	Pemain meminta pelanggan untuk memperjelas menu	-5%
	Pemain berhasil mendeliver menu sesuai dengan pesanan	+20%

Variabel Mood Percentage Pelanggan

Mood percentage pelanggan akan berkurang 1% per 2 detik

No	Mood (%)	Expression	Tips (% from income)
	61% >	Happy	20%
	51-60%	Happy	10%
	41-50%	Normal	5%
	31-40%	Angry	0%
	0-30%	Angry	REFUND

PROFIL PENULIS

Kireina Aisyah Zameira Medrilzam, atau yang lebih dikenal sebagai Kireina, lahir di kota Brisbane, Australia pada tanggal 27 Juli 1998. Tumbuh dan dibesarkan di Jakarta sejak SD, pindah kembali ke Australia saat SMP, dan kembali lagi ke Indonesia ketika memasuki SMA hingga kuliah. Anak dari pasangan Bapak Medrilzam dan Ibu Mareta Nilamsari ini tumbuh menjadi pribadi yang kreatif dan pantang menyerah berkat didikan orang tuanya. Empat tahun menyelesaikan studi di kampus impian ini sungguh tidak disangka karena awal mulanya ia mendaftar di Institut Teknologi Sepuluh Nopember hanya karena ingin merantau jauh ke Surabaya. Begitu banyak kenangan dan pelajaran berharga yang didapatkan selama berkuliah di ITS. Beberapa karyanya dapat dilihat melalui akun instagram @kireiazm.