

Analisis Minat Calon Pemain *Game* Tentang Pemahaman Investasi Melalui Video *Prototype*

David Jennifer Oktavianus Manurung¹, Liony Lumombo²

Teknologi Rekayasa Multimedia, Jurusan Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam

¹davidjennifer65@gmail.com, ²liony@polibatam.ac.id

Abstrak

Pada era globalisasi saat ini, teknologi sangat berkembang dengan pesat seiring dengan kehidupan finansial. Investasi merupakan kegiatan yang dapat dilakukan oleh semua orang, untuk mencapai kehidupan finansial yang baik. Tidak sedikit orang yang mengerti bagaimana konsep pemahaman tentang investasi yang sebenarnya. *Game* menjadi salah satu *platform* yang dapat digunakan untuk memahami konsep dari investasi. Namun, diperlukan suatu alternatif untuk membantu meminimalisirkan pengeluaran dana yang dibutuhkan dalam membuat *game* dan membantu mengumpulkan umpan balik dari calon pemain *game*. Dari permasalahan ini peneliti membuat sebuah video *prototype* yang bertujuan untuk menarik minat dan perhatian calon pemain *game*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan secara wawancara dan metode analisis datanya dilakukan dengan analisis tematik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa video *prototype* dapat menarik minat dan perhatian calon pemain *game* dikarenakan melalui tampilan visual dan *gameplay* permainan mampu menarik minat calon pemain untuk bermain *game*, sehingga konsep *game* ini dapat dilanjutkan ke tahap produksi pembuatan *game*.

Kata Kunci: Video *Prototype*, Konsep Pemahaman Investasi, Game Investasi, Minat Calon Pemain Game, Metode Penelitian Kualitatif

Analysis of Interests of Prospective Game Players About Understanding Investment Through Prototype Prototype Video

In the current era of globalization, technology is developing rapidly along with financial life. Investment is an activity that can be carried out by everyone, to achieve a good financial life. Not a few people understand how the concept of understanding the actual investment. Games are a platform that can be used to understand the concept of investment. However, an alternative is needed to help minimize the expenditure of funds needed to make games and help gather feedback from potential game players. From this problem the researcher made a prototype video that aims to attract the interest and attention of prospective game players. The method used in this research is a qualitative research method. Data collection was carried out by interviews and the data analysis method with thematic analysis. The results of this research show that the prototype video can attract the interest and attention of potential game players because through the visual appearance and gameplay the game is able to attract the interest of potential players to play the game, so that this game concept can be continued to the production stage of making the game.

Keywords: Prototype Video, Investment Understanding Concept, investment games, Interest of Prospective Game Players, Qualitative Research Methods

1. Pendahuluan

Teknologi pada zaman sekarang sangat berkembang dengan cepat. Begitu juga seiring dengan kehidupan finansial seseorang yang bergerak dengan sangat cepat. Investasi menjadi salah satu kegiatan yang sangat menjanjikan, terlebih lagi ketika seseorang berinvestasi dengan baik. Namun, masih banyak orang yang belum mengerti tentang pemahaman atau konsep dari investasi, sehingga membuat banyak kesalahan yang tentu saja dapat merugikan dirinya sendiri. Sebagian masyarakat pada umumnya masih menganggap investasi itu merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh kalangan orang berpendidikan dan orang kaya saja (Agestina, 2020).

Investasi sebenarnya suatu aktivitas yang bisa dilakukan oleh siapa saja, tanpa melihat tingkat kekayaan dan latar belakang pendidikan. Langkah penting yang harus dilakukan sebelum memulai investasi adalah menentukan tujuan investasi. Tujuan utama yang diinginkan dari investasi adalah untuk mendapatkan keuntungan. Pemahaman tentang investasi sangat dibutuhkan, agar dalam melakukan investasi seseorang bisa menjadi berhasil. Investasi juga melibatkan penentuan penempatan dana ke dalam jenis instrumen investasi yang berbeda, agar tidak ketergantungan pada satu jenis investasi tertentu. Secara konsep, investasi adalah kegiatan mengalokasikan atau menanamkan sumber daya saat ini, dengan harapan mendapatkan manfaat dikemudian hari (Darmawan, 2019). Pada dasarnya usia yang sudah dapat melakukan investasi yaitu mulai dari 17 tahun dan sudah memiliki identitas. Oleh karena itu, sangat baik ketika seseorang mempunyai pemahaman tentang investasi sejak dini. Sehingga, di masa yang datang seseorang lebih siap dan konsisten untuk merencanakan keuangan. Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi seseorang agar tertarik untuk melakukan investasi (Larasati, 2022). Salah satu faktor tersebut dapat berasal dari *game* yang membuat seseorang mengerti tentang investasi dan melakukan investasi di kehidupan yang nyata. Bermain *game* juga dapat dijadikan media pembelajaran dimana memberikan suatu pemahaman yang diperoleh melalui *gameplay* permainan dan informasi - informasi yang disampaikan. Namun sebelum membuat sebuah *game*, sangat baik ketika dilakukan suatu penelitian untuk menarik minat pemain terlebih dahulu, apakah pemain tertarik atau tidak untuk memainkan *game* tersebut, ketika nantinya *game* itu dikembangkan.

Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan pada penelitian ini merupakan media video. Video merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran, karena mempunyai unsur audio visual dan gambar *brand* yang merupakan ciri khas dari produk yang dibuat (Syam, 2022). Melalui video yang mengandung unsur suara dan gambar yang bergerak, seseorang mudah mengerti dan memahami suatu informasi yang disampaikan melalui indera pada manusia, yaitu, mata dan telinga. Video dapat menjadi salah satu alternatif apabila seseorang kesulitan untuk menjelaskan atau memaparkan secara singkat mengenai informasi yang diberikan, dan dapat dengan mudah disimpan melalui perangkat seluler, laptop dan komputer, sehingga bisa menontonnya kapan dan dimana saja. Saat ini video pendek menjadi tren dimana disebabkan oleh rentang perhatian manusia yang semakin pendek, dan keinginan untuk menyampaikan inti dari pesan secara langsung (Gandara, 2021). Keunggulan dari sebuah media video, yaitu mampu mengatasi keterbatasan waktu dan jarak, video dapat diulangi hingga beberapa kali untuk mendapat kejelasan, tujuan informasi yang ingin diberikan mudah disampaikan dan cepat diingat, kemudian mampu mengembangkan minat dan motivasi bagi penonton.

Game tidak selalu memberikan dampak negatif bagi banyak orang. Tapi, jika orang tersebut mengulangi dan mendapat efek positif dari bermain *game*, orang tersebut beresiko untuk jadi pecandu (Lutfiwati, 2018). Hanya saja ketika seseorang bermain *game* sampai berlarut-larut atau tidak melaksanakan aktivitas yang lain, maka tentu saja memberikan dampak yang sangat buruk. *Game* pada umumnya mempunyai kaitan dengan animasi dan tidak dapat dipisahkan. Media animasi merupakan salah satu bagian dari multimedia, dimana memiliki kesan yang hidup melalui perpaduan gambar yang bergerak dan dilengkapi suatu audio. Animasi dibuat dengan gambar 2D agar *game* yang dibuat memiliki spesifikasi dengan ukuran yang kecil sehingga tidak terlalu berat untuk perangkat (Putra, 2021). Animasi juga dapat dijadikan sebagai salah satu pilihan untuk menarik minat dan perhatian, serta sebagai sarana untuk menyampaikan informasi yang lebih cepat. Misal dalam hal pergerakan karakter dan pergerakan objek-objek dalam *game*, atau video pengantar pada *game* nya langsung. Animasi juga dapat berupa media promosi sebelum *game* diluncurkan. Melalui animasi pesan dan informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan melalui perpaduan gambar yang bergerak juga disertai audio yang memberikan daya tarik tersendiri.

Kunci utama yang dibutuhkan untuk menarik minat dan perhatian calon pemain *game* adalah dengan membuat sebuah video *prototype*, dimana video *prototype* menjadi salah satu konsep untuk mengilustrasikan dan mengkomunikasikan ide-ide *design* terhadap pengguna (Brynielsson, 2013). Video tersebut merupakan salah satu *prototype* yang dijadikan sebagai alat uji suatu produk, sebelum produk tersebut diproduksi. Video *prototype* juga adalah salah satu teknik pada umumnya yang digunakan untuk mewakili konsep desain pada bagian atau tahapan awal desain (Bajracharya, 2013). Melalui video *prototype* juga timbul suatu minat dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya lebih lanjut (Ardiansah, 2018). Dalam video *prototype* tersebut berisi tentang informasi dalam *game*, bagaimana *gameplay* permainannya, *genre* dari *game* tersebut yang nantinya dikembangkan dengan durasi yang singkat. Sehingga ketika seseorang melihat video *prototype* tersebut, dapat disimpulkan apakah pemain tersebut mempunyai ketertarikan terhadap *game* nya atau tidak. Maka dari itu, video *prototype* tersebut dibuat semenarik mungkin dan singkat. Video *prototype* merujuk pada tahap yang dimana video *prototype* merupakan tahap yang paling tinggi untuk mempresentasikan ide desain atau keinginan dari pengalaman pengguna. Bahkan jika video *prototype* dengan tingkat keakuratan yang rendah, namun dikemas dalam cara yang baru akan tetap digunakan untuk mempromosikan suatu ide (Dhillon, 2011). Video *prototype* merupakan wadah yang tepat untuk dapat memberikan efek emosional yang kuat kepada calon pengguna. Dengan manfaat dapat menimbulkan ketertarikan yang mendalam dengan ide atau konsep yang disajikan, sehingga dapat meningkatkan minat dan keinginan untuk menggunakan produk yang diusulkan. Dari permasalahan tersebut, video *prototype* menjadi salah satu alternatif untuk mengukur ataupun menarik minat calon pemain *game* terlebih dahulu kemudian dapat membantu meminimalisirkan pengeluaran dana yang dibutuhkan dalam pembuatan *game*.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, untuk menggali dan memahami, kemudian menggambarkan nya dengan cara deskriptif berupa kata-kata.

Penelitian dilakukan secara mendalam kemudian menginterpretasikan nya sesuai dengan konteks penelitian (Harahap, 2020). Penelitian ini menggunakan analisis tematik dimana melalui data yang telah dikumpulkan oleh peneliti kemudian akan dianalisa untuk mengidentifikasi pola atau untuk menemukan tema sesuai dengan rumusan masalah (Heriyanto, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat dan perhatian calon pemain *game* terhadap efektivitas video *prototype*. Penelitian terdiri dari 5 tahapan yang dapat dilihat pada Gambar 1. Video *prototype* dimulai dengan tahapan pembuatan konsep *game* dan dituangkan dalam *storyboard*. Dimana video merupakan serangkaian gambar yang bergerak lalu membentuk suatu kesatuan untuk mencapai suatu tujuan pembelajaran (Walangadi, 2018). Kemudian video yang sudah jadi dilanjutkan ke tahapan pengujian. Teknik Pengambilan data pada penelitian kali ini didapat melalui wawancara terhadap responden. Lokasi penelitian dilakukan di warung kopi (*cafe*) kecamatan Batu Aji, Kota Batam. Sumber datanya yaitu anak muda dengan kategori *user game* yang aktif dan berusia 18 sampai 25 tahun. Responden terlebih dahulu menyaksikan video *prototype* Skuyinvest dari awal sampai akhir. Setelah itu dilakukan proses wawancara, dan memberikan instrumen berupa pertanyaan terkait video tersebut. Setelah data hasil wawancara yang dibutuhkan terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data serta menganalisis data tersebut.



Gambar 1. Alur Penelitian

Pada tahapan ini seluruh rancangan yang sudah dirancang melalui storyboard, kemudian diimplementasikan melalui proses design, editing, rendering, sehingga menghasilkan video yang diinginkan. Dalam implementasi video *prototype* pada penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan file video ke dalam smartphone. Pengujian ini dilakukan menggunakan smartphone dimana nantinya responden menyaksikan video yang telah dibagi. Berikut beberapa gambar yang menunjukkan tampilan pada video yang sudah berhasil dibuat.



Gambar 2. Scene bagian awal dan scene bagian statistik penjualan



Gambar 3. Scene ketika mengalami kerugian dan scene fitur upgrade



Gambar 4. Scene login reward dan scene leaderboard



Gambar 5. Scene akhir

Video yang sudah dihasilkan kemudian disebarakan melalui aplikasi pesan instan, sehingga responden yang sesuai dengan kriteria dapat melihat video yang nantinya disaksikan di perangkat para responden. Peneliti mengidentifikasi responden yang sesuai dengan kriteria berikut : merupakan *user game* yang aktif, dan berusia mulai dari 18 hingga 25 tahun, memiliki smartphone dan bersedia untuk terlibat dalam penelitian. Lokasi penelitian dilakukan di kafe, dimana anak muda saat ini memilih tempat kafe untuk berkumpul bersama dengan teman, dan bermain *game* bareng, atau biasa disebut dengan mabar (main bareng). Peneliti memilih responden secara acak sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Peneliti kemudian melibatkan 6 responden yang didapatkan secara *on the spot* dan dengan keadaan sedang bermain *game* bersama dengan teman-temannya yang lain. Setelah beberapa responden sudah selesai bermain *game*, kemudian menghampiri beberapa responden untuk meminta izin melibatkan dalam penelitian. Kemudian semua responden bersedia untuk dilibatkan dalam penelitian. Dalam tabel 1 demografi responden disebutkan karakteristik individu yang menjadi subjek pada penelitian, seperti usia, jenis kelamin, dan juga kegiatan sehari-hari. Demografi responden juga penting untuk memahami dan menganalisis data dari profil responden yang sangat mempengaruhi hasil penelitian.

Tabel 1. Demografi responden

Jenis Kelamin	Kode Responden	Umur, Pekerjaan	Durasi Bermain Game	Genre Game (Platform)
---------------	----------------	-----------------	---------------------	-----------------------

Pria	P1	22 tahun, karyawan swasta	>10 tahun	MOBA, FPS, Simulator (HP, PC)
	P2	23 tahun, bekerja sambil kuliah	>10 tahun	MOBA, PVP, RPG, FPS (HP, PC)
	P3	23 tahun, mahasiswa	>10 tahun	PVP (HP, PC)
Wanita	W1	21 tahun, karyawan swasta	>10 tahun	all genre (HP)
	W2	23 tahun, karyawan swasta	>10 tahun	Sport, PVP (HP, PC)
	W3	18 tahun, mahasiswa	<10 tahun	Edukasi (HP)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa karakteristik individu melalui usia rata-rata berusia diatas 20 tahun. Kegiatan sehari-hari para responden mulai dari bekerja sebagai karyawan swasta, sebagai mahasiswa, dan ada yang bekerja sambil menyandang status sebagai mahasiswa. Semua responden merupakan *user game* aktif, yang rata-rata menghabiskan 1-2 jam dalam sehari untuk bermain *game*. Para responden sebagian besar sudah bermain *game* dengan durasi lebih dari 10 tahun, dimana dengan durasi tersebut responden menikmati kegiatan bermain *game*. Setiap responden menggunakan platform *Handphone* atau perangkat seluler untuk bermain *game*. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian berupa daftar pertanyaan wawancara.

Tabel 2. Daftar Pertanyaan Wawancara

Untuk <i>User Game</i>
<p>Pertanyaan <i>Preliminary</i></p> <p>1. Nama, umur, kegiatan tiap hari, <i>user game</i>/tidak, <i>genre game</i> yg dimainkan dan melalui platform apa, durasi bermain <i>game</i>, peran <i>game</i> dalam kehidupan sehari-hari</p>

Pertanyaan *Think Aloud*

1. Coba jelaskan bagaimana pengertian kamu tentang *game*!
2. Jika kamu bermain *game*, apa yg kamu perhatikan pertama kali? Mengapa?
3. Menurut kamu, penting/tidak video *prototype* dalam sebuah *game*? Mengapa?
4. Apakah ada perbedaan minat antara player *game* yg berbeda genre terhadap video *prototype* skuyinvest ini? Mengapa?
5. Apakah kamu mempunyai minat untuk bermain *game* Skuy Invest melalui video yang telah dilihat? Mengapa?
6. Jelaskan apa yg membedakan video *prototype* Skuyinvest sehingga membuatmu tertarik untuk bermain *game* nya dibanding dengan video *prototype* yang lain?
7. Apakah kamu pernah melihat *game* tentang investasi?
8. Pernahkah kamu mendengar tentang bagaimana konsep pemahaman investasi?
9. Jelaskan bagaimana konsep pemahaman investasi menurut kamu!
10. Bagaimana video ini dapat memberikan daya tarik bagi calon pemain yang mungkin belum familiar dengan konsep investasi?
11. Jelaskan kritik dan saran dari kamu mengenai video ini!

Wawancara dilakukan terhadap 6 responden yang dimana responden tersebut merupakan *user game*. Durasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan jawaban atau data yang mendalam tentang tujuan penelitian berdurasi kurang lebih 30 menit per responden. Wawancara diatur sedemikian rupa dengan menggunakan format semi-struktural, dimana wawancara tersebut memungkinkan untuk menyelidiki serta diskusi yang mendalam tentang topik-topik yang menarik minat dan perhatian responden. Sebelum wawancara dilakukan, setiap responden di *briefing* bahwasannya untuk dalam 30 menit kedepan responden melakukan sesi tanya jawab dengan peneliti. Dimana melalui sesi tanya jawab dapat mengumpulkan informasi mengenai identitas, dan juga seperti *user game* atau tidak, kemudian informasi seputar *game*.

Sesi tanya jawab dibagi menjadi 2 sesi, yaitu *Preliminary Questions* dan *Think Aloud Questions*. Sebelum masuk ke sesi 2, peneliti menampilkan video *prototype* kepada responden, kemudian masuk ke dalam pertanyaan mendasar seputar tentang *game*. Setelah mengajukan beberapa pertanyaan mendasar, kemudian menampilkan kembali video *prototype* guna untuk masuk ke dalam pertanyaan tentang minat dan perhatian untuk bermain *game* melalui video *prototype*. Seluruh pelaksanaan wawancara direkam guna untuk mendapatkan data yang detail dan akurat. Merekam wawancara berguna untuk memeriksa kembali apa yang telah dibicarakan, dan juga mengulangi poin-poin penting. Juga sangat berguna untuk analisis yang mendalam lewat pola bicara dan intonasi dari responden, sehingga membuat penilaian lebih akurat dari tanggapan yang diberikan. Setelah wawancara selesai dilakukan dari 6 responden, lalu langkah selanjutnya adalah mentranskripsikan data tersebut ke dalam bentuk tulisan. Melalui kepemilikan data dalam bentuk tulisan, peneliti dapat membaca, mengkaji serta menginterpretasikan setiap kalimat atau pernyataan yang sudah dinyatakan oleh responden. Melalui transkrip juga membuat peneliti menemukan makna yang tersembunyi dan pola yang mungkin tidak terlihat pada saat wawancara berlangsung.

3. Hasil dan Pembahasan

Seluruh responden yang dipilih telah melalui proses wawancara dimana para responden memiliki jawaban beragam mengenai penelitian ini. Para responden berasal dari para kalangan *user game*, dan seluruh responden sudah cukup lama mengenal dan bermain *game*. Tentu saja melalui kategori responden sebagai *user game*, sesi tanya jawab sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah wawancara selesai, selanjutnya peneliti akan menganalisis pertanyaan yang berfokus pada minat dan menjabarkan masing-masing jawaban dari pertanyaan tersebut. Setiap responden mempunyai kode responden, yaitu **P1** sebagai pria pertama, **P2** sebagai pria kedua, **P3** sebagai pria ketiga, **W1** sebagai wanita pertama, **W2** sebagai wanita kedua, **W3** sebagai wanita ketiga. Hasil wawancara kemudian disusun menggunakan pendekatan metode analisis tematik dengan menetapkan dua tema yang didapatkan dari pengelompokan jawaban dan interaksi dengan responden.

3.1 Tampilan Visual

Hasil wawancara dari video *prototype* menunjukkan hasil yang menarik untuk dibahas. Masing-masing responden menyaksikan video *prototype* lebih dari sekali, kemudian peneliti menanyakan beberapa pertanyaan dimana setiap pertanyaan memiliki korelasi yang berkaitan dengan minat untuk bermain *game* Skuyinvest melalui video. Menurut P1, banyak iklan *game* di media sosial saat ini yang mudah membuat pemain tertarik untuk mencoba *game* tersebut dan berpendapat bahwa melalui video *prototype*, calon pemain dapat menentukan apakah mereka tertarik atau tidak untuk memainkan *game* tersebut. P1 dan P2 juga beranggapan bahwa tanpa adanya video *prototype*, calon pemain dapat merasa menyesal dan kecewa karena telah mengunduh *game* dan menghabiskan kuota internet mereka. P2 menilai bahwa video *prototype* sebagai media awal yang sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan *game*, dan mengunggahnya di media sosial seperti *YouTube* akan membantu calon pemain memahami cara bermain dan menyesuaikan dengan perangkat yang mereka miliki, apakah kompatibel atau tidak. Responden P1, P2, W1, W3 menilai bahwa yang diperhatikan pertama

kali jika ingin bermain *game* yaitu tampilan, grafik, dan animasi. Para responden menganggap melalui hal tersebut dapat membuat mereka menjadi lebih tertarik untuk bermain *game* nya. P1 tertarik pada visualnya terlebih dahulu, karena menurutnya jika visualnya sudah bagus akan membuat permainan menjadi lebih seru. Berbeda sedikit dengan W1, dimana responden dapat tertarik untuk bermain gamenya jika animasinya punya sisi yang nyaman dilihat mata, namun jika tidak sesuai dengan genre *gamenya* membuat responden tidak tertarik. Menurut P2 melalui grafik dapat menambah suasana dalam bermain *game* dan seperti ada di dalam sebuah cerita. Sementara itu P3 beranggapan grafik tidak menjadi patokan utama ketika bermain *game*, namun *gameplay* yang mudah menjadi prioritas. P1, P2, W2 memiliki minat untuk bermain yang disebabkan oleh tampilan visual yang ada di dalam video. Ketika responden P1 selesai menyaksikan video *prototype*, responden langsung menilai tampilan di dalam videonya bagus, dan videonya dalam bahasa indonesia sehingga lebih mudah dimengerti. Namun, saran dari P1 agar tampilannya sedikit lebih dimeriahkan lagi. Sama seperti responden P2 dengan melihat design yang ada di dalam video membuat ia tertarik dan beranggapan bahwa *game* nya memiliki kapasitas yang tidak terlalu berat di hp. P2 juga menilai bahwa grafiknya memiliki nilai fun yang dapat memberikan daya tarik bagi calon pemain *game* yang lain. W1 juga menegaskan dari animasi yang enak dilihat dapat memberikan daya tarik bagi user *game* lain, dan gambar-gambar karakternya lucu walaupun W1 tidak terlalu berminat untuk bermain.

Responden W2 senang dengan *design* dan warna yang ada dalam video, karena design dan warnanya bagus sehingga saling mendukung, yang membuat animasi menjadi sangat menarik. Responden P1, P2, W1, W2, dan W3 menilai animasi, tampilan, grafik, dan tampilan bahasa dapat menambah daya tarik untuk bermain, yang berarti lima dari enam responden menilai tampilan visual punya nilai lebih untuk memberikan daya tarik bagi calon pemain *game*. Melalui visualisasi yang disajikan pada video *prototype*, mampu menarik minat calon pemain untuk bermain *gamenya*.

3.2 Gameplay Permainan

Rata-rata mereka menghabiskan waktu sekitar 1-2 jam untuk bermain *game*. Kecuali W2 yang hanya menghabiskan waktu 15 menit. Semua responden menganggap *game* mempunyai manfaat dalam kehidupan sehari-hari, tergantung bagaimana pemain menyikapi *game* dan mengatur waktu mereka. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari wawancara selama mereka menyaksikan cara bermain melalui video *prototype*, peneliti menemukan beberapa fakta dimana para calon pemain cukup mengerti bagaimana cara bermain dari *game* yang ada di video. Tidak ditemukan satupun mereka mengalami kesulitan dalam memahami cara bermain *game* nya. W1 mengerti dengan cara bermain nya, namun responden butuh video dengan durasi yang lebih panjang agar lebih mudah dipahami dan mengerti bagaimana jalan ceritanya. Responden W1 menilai video yang sudah dilihat tadi menganggap penjelasannya masih terlalu luas, butuh penjelasan yang lebih detail. Ada lima responden yaitu P1, P2, P3, W2, W3, yang menilai bahwa dari cara bermain atau *gameplay* yang mudah dipahami membuat mereka jadi memiliki minat untuk bermain. Mereka menyaksikan di dalam video terdapat animasi tap-tap layar yang membuat mereka mengerti seperti itu cara bermainnya. Di sisi lain responden P2 terkadang membutuhkan *game* yang *easy going*, yang tidak membuat pemain jadi punya beban pikiran terhadap *storyline* dari *game* nya. P2 menilai

game Skuyinvest memiliki *goals* yang mudah, sehingga dapat membuat *mood* menjadi bagus dan ketika boring atau bosan, dapat dijadikan referensi untuk mengisi kegiatan dengan bermain *game* nya. Ketika P2 selesai menyaksikan video *prototype*, Ia langsung beranggapan kalau P2 pasti bisa bermain *game* nya, karna melalui *gameplay* yang mudah dan simple, dan sekali diajari melalui video *prototype* membuat P2 mengerti dasar dari *game* tersebut. Dari sisi *gameplay*, P2 menilai *gameplay* nya mudah dan juga tantangannya terlalu mudah, dimana menyarankan agar levelnya ditambahkan lagi tapi dikemas secara ringan. Video *prototype* yang telah dilihat membuat lima dari enam responden memiliki minat untuk bermain. Sementara itu, responden W1 yang tidak terlalu memiliki minat untuk bermain, karena W1 adalah pengguna *game* yang lebih fokus pada hiburan dan tidak terlalu serius dalam bermain *game*, sehingga bagi responden video *prototype* menunjukkan bahwa *game* tersebut tidak sesuai dengan preferensi W1. Menurut responden P1, P2, P3, W2 dan W3 melalui *gameplay* permainan yang *simple* dan sangat mudah yang ada dalam video cukup mudah dipahami sehingga memberikan daya tarik bagi calon pemain untuk belajar konsep investasi. Ditinjau dari fitur dalam *game*, P3 menganggap dengan adanya fitur login setiap hari yang memberikan hadiah, dapat dijadikan pengingat bagi pemain *game* agar menyempatkan waktu untuk login ke dalam *game*. Dari berbagai wawancara dengan calon pemain tentang *gameplay* permainan, penggunaan video *prototype* memfasilitasi komunikasi yang lebih baik antara peneliti dan calon pemain. Pemain dapat dengan jelas melihat apa yang ditawarkan pada *game* tersebut dan menentukan apakah *game* itu sesuai dengan jenis *genre game* dan kebutuhan mereka. Seluruh responden yang telah diwawancarai memahami *gameplay* permainan yang ditunjukkan melalui animasi yang ada di dalam video *prototype*, yang membuat kesadaran akan pentingnya pemahaman *gameplay* permainan menjadi faktor kunci dalam menarik minat calon pemain untuk bermain *game*.

3.3 Analisis Tema Terkait Minat

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan 2 tema yang dapat menarik minat dan perhatian calon pemain, yaitu melalui tampilan visual dan *gameplay* permainan. Minat yang pertama melalui tampilan visual yang meliputi animasi, grafik, design, warna, dan bahasa di dalam video *prototype*, dapat menjadi faktor utama untuk meningkatkan daya tarik dan membuat calon pemain ingin bermain *gamennya*. Minat dari segi tampilan visual mengacu pada ketertarikan dan preferensi calon pemain terhadap animasi yang bagus, kualitas grafis, design dan warna yang saling mendukung, bahasa yang ditampilkan dalam video *prototype*. Minat yang kedua melalui *gameplay* permainan yang meliputi cara bermain, fitur yang ada di dalam *game*, dan *genre game*, dapat menjadi pemikat bagi calon pemain dalam minat untuk bermain *game*, sehingga minat terhadap *gameplay* permainan yang ditunjukkan di dalam video *prototype* dapat mempengaruhi preferensi calon pemain dalam menentukan *game* yang akan dimainkan. Pemahaman yang mendalam tentang tampilan visual dan *gameplay* permainan dapat membantu *game developer* dalam membuat *game* untuk memberikan pengalaman yang lebih menarik dan memikat minat calon pemain. Dengan demikian korelasi antara tampilan visual dan *gameplay* permainan yang disajikan di dalam video *prototype* menjadikan salah satu aspek yang penting dalam menentukan minat dan perhatian calon pemain untuk bermain *game*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan yaitu, bahwa video *prototype* mampu menarik minat dan perhatian calon pemain *game* untuk bermain. Terdapat perbedaan minat untuk bermain dari calon pemain *game* berdasarkan adanya perbedaan genre yang diminati. Minat untuk bermain *game* juga dapat dipengaruhi dan didukung dengan tampilan visual yang bagus dan menarik, juga dengan pemahaman *gameplay* permainan, membuat calon pemain tertarik untuk bermain *game*. Dengan durasi video yang singkat, berhasil membuat calon pemain *game* tertarik untuk bermain sebelum *game* dikembangkan. Video *prototype* memberikan kesan yang positif, dimana dapat dijadikan salah satu alternatif untuk membantu meminimalisirkan pengeluaran dana yang dibutuhkan dalam pembuatan *game* sekaligus membantu mengumpulkan umpan balik dari calon pemain *game*, sekaligus video *prototype* dapat dijadikan sebagai media awal untuk pengenalan *game* yang memberikan informasi dalam *game*, sehingga melalui hal tersebut video *prototype* punya peran penting dalam sebuah *game*. Terlebih dengan menyajikan cuplikan *gameplay* permainan, dan elemen visual yang menarik, video *prototype* dapat membangkitkan rasa ingin tahu dan minat calon pemain *game*. Dengan adanya video *prototype* peneliti dapat mengurangi risiko kekecewaan setelah pemain mengunduh *game*, yang sering kali disebabkan oleh ekspektasi yang tidak sesuai dengan realitas produk *game* yang dihasilkan. Dengan demikian, topik investasi yang ada di dalam *game* bisa menjadi daya tarik bagi calon pemain yang ingin menggali pengetahuannya lebih dalam tentang dunia investasi.

Referensi

- Agestina, Nurul Izzati, *et al.* (2020) "ANALISIS PENGARUH MODAL MINIMAL, PEMAHAMAN INVESTASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 9.1
- Darmawan, Akhmad, *et al.* (2019) "PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, LITERASI KEUANGAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL" *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 8.2
- Larasati, R. K., & Yudiantoro, D (2022) "PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMAJUAN TEKNOLOGI INFORMASI, DAN MODAL MINIMAL TERHADAP MINAT INVESTASI PASAR MODAL" *Jurnal Investasi* 8.2
- Syam, Sabrina Allysa. (2022) "PENGARUH VIDEO ADVERTISING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN" *Jurnal Tera Ilmu Akutansi* 23.1
- Gandara, G., *et al* (2021) "KARAKTERISTIK PENGGUNA DAN APLIKASI PADA TINGKAT PENGGUNAAN (STICKINESS) APLIKASI VIDEO PENDEK XYZ" *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* 7.1
- Lutfiwati, Sri. (2018) "Memahami Kecanduan Game Online Melalui Pendekatan Neurobiologi" *Journal of Psychology* 1.1
- Putra Blessilla, Bima, *et al.* (2021) "Perancangan Desain Asset dan Environment Game 3D "Road To Campus." *Journal of Language, Literature, and Arts* 1.9
- Brynielsson, Joel, *et al.* (2013) "*Using Video Prototyping as a Means to Involve Crisis Communication Personnel in the Design Process Innovating Crisis Management by Creating a Social Media Awareness Tool*" *Swedish Defence Research Agency*, SE-164 90

- Bajracharya, Prina, *et al.* (2013) "*How Does User Feedback to Video Prototypes Compare to that Obtained in a Home Simulation Laboratory?*" *Journal of Industrial Design*
- Ardiansah, F. (2018) "Pengaruh Penggunaan Media Video Terhadap Minat dan Hasil Belajar Siswa Kelas Xi Pada Pembelajaran Pai Di Sma Ypi Tunas Bangsa Palembang" *Jurnal Pendidikan Islam* 5.1
- Dhillon, B, *et al.* (2011) "*Visual Fidelity of Video Prototypes and User Feedback : A Case Study*" *Journal of Industrial Design*
- Harahap, Nursapia. (2020) "Penelitian Kualitatif"
- Heriyanto. (2018) "Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif" *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 2.3
- Walangadi, H., & Wahyu, P., P (2018) "Meningkatkan Pemahaman Belajar Siswa Menggunakan Media Video Animasi 2D Universitas Negeri Gorontalo"
- Darmalaksana, Wahyudin. (2020) "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan"
- Svelch, Jan. (2017) "*Exploring the Myth of the Representative Video Game Trailer*" *Independent Scholar*