

203/S/PM-KCBBR/PK03.08/18/Desember/2024

**PERANCANGAN *ADVERGAME* “KENAL PEDIA” SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN PENGENALAN PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
MULTIMEDIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi S1 Pendidikan Multimedia



Oleh
Aqil Fadhilah
2008803

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA
KAMPUS UPI DI CIBIRU
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2024**

**PERANCANGAN *ADVERGAME* “KENAL PEDIA” SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN PENGENALAN PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN MULTIMEDIA**

Oleh
Aqil Fadhilah
2008803

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi S1 Pendidikan Multimedia

©Aqil Fadhilah
Universitas Pendidikan Indonesia
2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Skripsi ini tidak diperbolehkan untuk diperbanyak seluruhnya ataupun sebagian,
baik dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
AQIL FADHILAH**

**Perancangan *Advergame* “Kenal Pedia” Sebagai Media Promosi dan
Pengenalan Program Studi Pendidikan Multimedia**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP. 920171219870811201

Pembimbing II



Agus Juhana, S.Pd., M.T.

NIP. 920230219940805101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia



Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP. 920171219870811201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Perancangan *Advergame* “Kenal Pedia” Sebagai Media Promosi dan Pengenalan Program Studi Pendidikan Multimedia”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 21 November 2024

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aqil Fadhilah', written over a horizontal line.

Aqil Fadhilah

NIM. 2008803

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia sehingga skripsi berjudul “Perancangan *Advergame* “Kenal Pedia” Sebagai Media Promosi dan Pengenalan Program Studi Pendidikan Multimedia” dapat selesai pada waktunya dengan sebaik-baiknya.

Proses penyusunan skripsi ini tidak luput dari berbagai pihak yang membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung. Oleh karena itu ucapan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Deni Darmawan, M.Si., selaku Direktur UPI Kampus di Cibiru, yang telah memberikan sarana dan fasilitas untuk proses perkuliahan sampai skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia sekaligus Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, dan saran selama perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
3. Bapak Agus Juhana, S.Pd., M.T., selaku Dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, masukan terhadap media skripsi dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi berlangsung. Serta saran-saran terkait penulisan skripsi dengan sangat detail.
4. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang memberikan semangat, motivasi, serta arahan selama masa perkuliahan terutama atas *insight* di dalam dunia desain dan seni.
5. Bapak Fahmi Chandra Permana, S.Si., M.T. selaku Dosen dan Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia periode 2018-2022 atas ilmu terkait logika pemrograman yang telah diberikan.
6. Ibu Maya Purnama Sari, S.Pd., M.Ds., selaku Dosen di Program Studi Pendidikan Multimedia yang telah memberikan ilmu terkait desain dan psikologi desain.
7. Bapak Feri Hidayatullah Firmansyah, S.Pd., M.M.T., selaku Dosen di Program Studi Pendidikan Multimedia yang telah memberikan ilmunya selama kegiatan perkuliahan.

8. Ibu Intan Permata Sari, S.St., M.Ds., selaku Dosen di Program Studi Pendidikan Multimedia yang telah memberikan ilmunya selama kegiatan perkuliahan.
9. Bapak Nurhidayatulloh, S.Pd., M.T., selaku Dosen di Program Studi Pendidikan Multimedia dan selaku Dosen Pembimbing Lapangan MSIB *Batch 4*.
10. Bapak Dr. H. Muhammad Hasan Basari, M.Pd. sebagai salah satu dosen penguji skripsi yang telah menguji skripsi ini semaksimal mungkin dan telah memberikan saran dan masukan yang membuat penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
11. Bapak Banu Andaru Adhimuka selaku CEO Ikan Asin Production yang telah mengizinkan saya melakukan pengujian media di Ikan Asin Production dan mendelegasikan *staff* Ikan Asin untuk menjadi ahli media.
12. Bapak Christopher Fendika Lee yang telah bersedia untuk menjadi penguji ahli, telah memberikan saran, masukan, dan ilmu terkait *game development*
13. Ibu Wilda Mardhatillah yang telah bersedia untuk menjadi penguji ahli dan memberikan masukan terkait UX di dalam *game*.
14. Ibu Hanna Adinda yang telah bersedia untuk menjadi penguji ahli dan memberikan saran dan masukan terkait *game* yang telah dirancang.
15. Kedua orang tua yang telah mendukung dan memfasilitasi kuliah dan penyusunan skripsi.
16. Ananda Fadhilah selaku teman terdekat, atas bantuan dan dukungan yang diberikan sampai saat ini.
17. Naufal Lathif, Taopik Hidayat, dan Ibnu Aji yang dirasa merupakan teman dekat selama 4 tahun perkuliahan dan kebersamaan dalam penyusunan skripsi.
18. Teman-teman *Dusty Canvas* yang secara tidak langsung sudah menyemangati untuk selalu membuat karya yang berkualitas.
19. Aditya Riyadhi yang telah membantu dalam perancangan *Sound Design* Kenal Pedia sekaligus kakak tingkat yang semangat kemultimediaannya menjadi inspirasi saya berkarya selama menjadi *staff* Media Informasi di bawah kepemimpinan beliau.

20. Rekan-rekan mahasiswa Pendidikan Multimedia angkatan 2020 dan rekan-rekan Himpunan Mahasiswa Pendidikan Multimedia kabinet Bara Cita maupun Gelora Karsa yang telah kebersamai selama 4 tahun dalam kegiatan perkuliahan dan di luar perkuliahan.
21. Terakhir saya ucapkan kepada Wimala karena telah menyelesaikan skripsi dengan sebaik mungkin bagaimanapun hasilnya.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan bantuan yang diberikan oleh seluruh pihak yang tertulis di atas. Masih ada beberapa kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Diharapkan skripsi ini juga dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membaca dan memainkan *game* hasil rancangan penelitian ini.

Bandung, November 2024

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aqil Fadhilah', written over a horizontal line.

Aqil Fadhilah

NIM. 2008803

**PERANCANGAN *ADVERGAME* “KENAL PEDIA” SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN PENGENALAN PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
MULTIMEDIA**

Aqil Fadhilah

2008803

ABSTRAK

Sebuah media promosi program studi dibutuhkan karena banyaknya program studi serupa yang membuat calon pendaftar kebingungan untuk memilih program studi tempat mereka akan melanjutkan studi. Promosi juga dilakukan untuk memberikan informasi terkait kurikulum, fasilitas, dan tenaga pengajar yang membuat calon pendaftar mengetahui hal tersebut sebelum memutuskan untuk mendaftar. Studi pendahuluan dilakukan dengan media angket kepada sebagian mahasiswa Pendidikan Multimedia dari angkatan 2019 sampai 2024 dengan jumlah responden sebanyak 40 orang, banyak mahasiswa yang tidak mengetahui bagaimana program studi Pendidikan Multimedia itu sendiri ketika memutuskan untuk mendaftar. Penelitian perancangan *advergame* “Kenal Pedia” memiliki tujuan untuk merancang sebuah media promosi berbasis *game* yang dapat menarik perhatian calon pendaftar program studi dan memberikan informasi terkait Pendidikan Multimedia di dalam *game*-nya. Metode *Game Development Life Cycle* yang memiliki 6 tahapan dimulai dari *initiation*, *pre-production*, *production*, *testing*, *beta*, dan *release* digunakan sebagai acuan metode penelitian karena metode tersebut khusus didesain untuk perancangan *game*. Di dalam proses perancangannya konsep, cerita, dan *minigame* yang ada di dalam *game* dikembangkan sesuai dengan target promosi program studi yang merupakan generasi Z. Setelah diuji oleh tiga orang ahli profesional disimpulkan bahwa *game* Kenal Pedia mendapatkan kategori *layak* sebagai media *game* promosi dan mendapatkan *respons positif dan layak* dari responden tahap beta yang merupakan siswa SMA/SMK sederajat di Kota Bandung dan sekitarnya.

Kata Kunci: *Advergame*, Program Studi, Multimedia

**DEVELOPMENT OF "KENAL PEDIA" ADVERGAME AS A
PROMOTIONAL AND INTRODUCTONAL MEDIA TO MULTIMEDIA
EDUCATION STUDY PROGRAM**

Aqil Fadhilah

2008803

ABSTRACT

Promotional media for study programs is needed due to the abundance of similar programs that often confuse prospective students when choosing where to continue their studies. Promotion gives information about the curriculum, facilities, and teaching staff to prospective students allowing them to make informed decisions before enrolling. A preliminary study using questionnaires with 40 respondents from Multimedia Education students (2019–2024 cohorts) revealed that many were unfamiliar with the program when they initially enrolled. To address this the research aimed to design the advergame "Kenal Pedia" as a game-based promotional medium to attract prospective students and inform them about Multimedia Education. The game was developed with concepts, stories, and minigames geared to the target audience of Generation Z using the Game Development Life Cycle method (GDLC), which comprises six stages—initiation, pre-production, production, testing, beta, and release. After evaluation by three professional experts, Kenal Pedia was deemed feasible as a promotional tool and received positive responses from beta-stage respondents including high school and vocational school students in Bandung and surrounding areas.

Keywords: *Advergames, Study Program, Multimedia*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>Video Game</i>	7
2.2 <i>Game</i> dari perspektif Generasi Z.....	9
2.3 <i>Game</i> Sebagai Media Promosi dan Informasi.....	10
2.3.1 <i>Game</i> Sebagai Media Promosi di Bidang Kesehatan.....	10
2.3.2 <i>Game</i> Sebagai Media Promosi di Bidang Pariwisata.....	11
2.4 <i>Advergame</i>	12
2.5 Media Promosi Program Studi	15
2.6 Penelitian Terdahulu.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.1.1 <i>Initiation</i>	26
3.1.2 <i>Pre-Production</i>	27
3.1.3 <i>Production</i>	27
3.1.4 <i>Testing</i>	27
3.1.5 <i>Beta</i>	29
3.1.6 <i>Release</i>	30
3.2 Partisipan Penelitian.....	30

3.3	Instrumen Penelitian.....	31
3.3.1	Angket Validasi Media	31
3.3.2	<i>User Experience Questionnaire</i>	32
3.4	Analisis Data	34
3.4.1	Analisis Hasil Validasi Ahli Media.....	34
3.4.2	Analisis Hasil <i>User Experience Questionnaire</i>	36
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	<i>Initiation</i>	39
4.2	<i>Pre-Production</i>	42
4.2.1	<i>Game Design Document</i>	42
4.2.2	<i>Storyboard</i>	49
4.2.3	<i>Prototype</i>	57
4.3	<i>Production</i>	58
4.3.1	<i>Visual Asset</i>	59
4.3.2	Unity Editor dan <i>C# Programming</i>	80
4.4	<i>Testing</i>	138
4.4.1	Hasil <i>Black Box Testing</i>	139
4.4.2	Hasil Uji Validasi Ahli.....	146
4.5	<i>Beta</i>	156
4.6	<i>Release</i>	163
4.7	Analisis dan Diskusi.....	164
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI.....		166
5.1	Simpulan.....	166
5.2	Implikasi	166
5.3	Rekomendasi	166
DAFTAR PUSTAKA		168
GLOSARIUM.....		173
LAMPIRAN.....		181

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Framework Design Dynamic Experience Walk</i> dkk. (2017)...	9
Gambar 2.2 Sampul permainan Pepsiman untuk platform Playstation.....	13
Gambar 2.3 Tampilan permainan Pepsiman	13
Gambar 3.1 Tahapan GDLC	26
Gambar 3.2 Ilustrasi proses pengujian <i>black box</i>	28
Gambar 3.3. Diagram radar yang digunakan Shchiglik dkk. untuk membandingkan skor MGQI dari 3 <i>game</i> yang berbeda.....	35
Gambar 4.1 Visi dan misi program studi Pendidikan Multimedia	39
Gambar 4.2 Bagan yang menunjukkan hal apa yang ingin diketahui mahasiswa ketika mendaftar	40
Gambar 4.3 Tampilan luar kampus pada area gedung biru sebagai referensi latar di dalam <i>game</i>	41
Gambar 4.4 Tampilan dalam di gedung biru sebagai referensi latar di dalam <i>game</i>	41
Gambar 4.5 Tampilan pagar kampus yang membatasi area kampus dengan Jalan Pendidikan	41
Gambar 4.6 Logo Kenal Pedia yang ditampilkan di <i>scene</i> Main Menu <i>game</i>	42
Gambar 4.7 Tampilan prototipe pertama pada <i>scene</i> Main Menu	58
Gambar 4.8 Tampilan prototipe pertama pada <i>scene</i> Tutorial.....	58
Gambar 4.9 Tampilan prototipe pertama pada <i>scene</i> Outdoor	58
Gambar 4.10 Ilustrasi karakter yang dibuat oleh Chanin (Artstation, 2024).....	60
Gambar 4.11 Ilustrasi konsep yang dibuat oleh Chanin (Artstation, 2024).....	60
Gambar 4.12 <i>Moodboard</i> visual yang digunakan untuk mengembangkan konsep visual <i>game</i> Kenal Pedia	61
Gambar 4.13 <i>Font</i> ARCO Typography Regular ketika diimplementasikan.....	62
Gambar 4.14 <i>Glyphs</i> alfabet pada <i>typeface</i> ARCO Typography	62
Gambar 4.15 <i>Font</i> Paytone One Regular ketika diimplementasikan.....	62
Gambar 4.16 Sebagian <i>glyphs</i> alfabet <i>lowercase</i> pada <i>typeface</i> Paytone One	63
Gambar 4.17 <i>Font</i> Patrick Hand SC Regular ketika diimplementasikan.....	63
Gambar 4.18 Sebagian <i>glyphs</i> alfabet <i>uppercase</i> pada <i>typeface</i> Patrick Hand SC	64
Gambar 4.19 Pembuatan desain karakter Kirana di dalam perangkat lunak Clip Studio Paint PRO.....	65
Gambar 4.20 <i>Brush</i> yang dipilih di jendela sub-alat pensil untuk digunakan di dalam pembuatan sketsa	65
Gambar 4.21 Sketsa karakter Timun dengan desain karakter Timun pada <i>game</i> sebelumnya sebagai referensi.	66
Gambar 4.22 Susunan layer pada sketsa karakter Timun	66
Gambar 4.23 Sub-Folder layer pada folder <i>outline</i> sketsa karakter Lutfi.....	66
Gambar 4.24 Sketsa karakter Lutfi dengan keterangan dua sketsa kasar berada di kiri dan gambar paling kanan adalah sketsa bersih karakter yang siap untuk diberikan warna.....	67
Gambar 4.25 Proses <i>coloring</i> pada karakter Kirana	67
Gambar 4.26 <i>Brush</i> yang dipilih di jendela sub-alat <i>pen</i> untuk digunakan di dalam proses <i>coloring</i>	68
Gambar 4.27 Palet warna yang digunakan untuk karakter Lutfi	68

Gambar 4.28 Palet Warna yang digunakan untuk karakter Kirana.....	69
Gambar 4.29 Palet Warna yang digunakan untuk karakter Timun.....	69
Gambar 4.30 Palet warna yang digunakan untuk karakter Yudhistira.....	69
Gambar 4.31 Karakter-karakter <i>game</i> Kenal Pedia yang sudah melalui tahapan <i>coloring</i>	69
Gambar 4.32 <i>Asset</i> karakter yang sudah diberikan detail dan <i>shading</i>	70
Gambar 4.33 Beberapa <i>asset</i> karakter dengan pose dan <i>action</i> yang berbeda.....	70
Gambar 4.34 Konsep awal dan sketsa robot.....	71
Gambar 4.35 <i>Asset</i> robot yang ada pada <i>minigames</i> Batu, Gunting, Besi.....	71
Gambar 4.36 <i>Asset</i> robot tipe Drone.....	71
Gambar 4.37 Karakter robot Dans yang menari untuk memperagakan gerakan dalam <i>minigame</i> Dance Through the Frame.....	72
Gambar 4.38 Karakter robot yang bertugas menjaga pintu aula gedung biru.....	72
Gambar 4.39 Proses pembuatan sketsa <i>background</i> di Clip Studio Paint PRO....	73
Gambar 4.40 Tahapan <i>coloring</i> sekaligus <i>finishing</i> pada <i>background</i> Labkom di Clip Studio Paint PRO.....	73
Gambar 4.41 <i>Asset background</i> yang digunakan pada scene Tutorial.....	73
Gambar 4.42 <i>Asset background</i> yang digunakan pada scene Ruang Prodi.....	74
Gambar 4.43 <i>Asset background</i> yang digunakan pada scene Pos Satpam.....	74
Gambar 4.44 <i>Asset background</i> yang digunakan pada scene Main Menu.....	74
Gambar 4.45 Tampilan Adobe Illustrator CC 2023.....	75
Gambar 4.46 Jumlah file <i>script</i> C# beserta ukuran <i>file</i> seluruh <i>script</i> yang digunakan.....	80
Gambar 4.47 Tampilan scene kosong pada Unity.....	83
Gambar 4.48 Variabel yang digunakan dalam <i>script</i> <i>Player</i>	84
Gambar 4.49 Metode Awake dalam <i>script</i> <i>Player</i>	84
Gambar 4.50 Metode FixedUpdate dalam <i>script</i> <i>Player</i>	85
Gambar 4.51 Flowchart <i>script</i> <i>Button Interact</i>	86
Gambar 4.52 Variabel pada <i>script</i> <i>Button interact</i>	87
Gambar 4.53 Metode Awake pada <i>script</i> <i>Button Interact</i>	87
Gambar 4.54 Metode <i>ButtonState</i> pada <i>script</i> <i>Button Interact</i>	88
Gambar 4.55 Metode <i>InteractState</i> pada <i>script</i> <i>Button Interact</i>	89
Gambar 4.56 Metode <i>DialogueState</i> pada <i>script</i> <i>Button Interact</i>	89
Gambar 4.57 Posisi tombol <i>Menu</i> di dalam <i>game</i>	90
Gambar 4.58 Komponen <i>button</i> pada tombol menu.....	90
Gambar 4.60 Flowchart metode <i>PauseEnableDisable</i>	91
Gambar 4.61 Flowchart <i>event</i> di <i>game</i> Kenal Pedia.....	92
Gambar 4.62 Hierarki pada <i>game object</i> karakter Kirana.....	93
Gambar 4.63 Dialog yang tersimpan di dalam <i>script</i> <i>Character Dialogue</i> untuk karakter Lutfi di <i>event</i> Lantai 2_1_1.....	93
Gambar 4.64 Isi <i>script</i> <i>Dialogue</i>	94
Gambar 4.65 Metode <i>TriggerDialogue</i> pada <i>script</i> <i>Character Dialogue</i> Kirana di <i>event</i> Lantai 2_1_2.....	94
Gambar 4.66 Flowchart fitur <i>dialogue</i> di <i>game</i> Kenal Pedia.....	94
Gambar 4.67 <i>Game object</i> <i>Scene Manager</i> dengan komponen <i>script</i> <i>Scene</i> <i>Manager</i> bernama <i>SceneChange_Script</i>	95
Gambar 4.68 Variabel yang digunakan pada <i>script</i> <i>Scene Manager</i>	96
Gambar 4.69 Metode <i>loadMainMenu</i> pada <i>script</i> <i>Scene Manager</i>	96

Gambar 4.70 Metode programExit pada <i>script</i> Scene Manager	96
Gambar 4.71 Metode LoadingScreen pada <i>script</i> Scene Manager	98
Gambar 4.72 Metode NextSceneToLoad pada <i>script</i> Scene Manager	99
Gambar 4.73 <i>Flowchart</i> Scene Management Main Menu di <i>game</i> Kenal Pedia	100
Gambar 4.74 <i>Flowchart</i> Scene Management di <i>game</i> Kenal Pedia	100
Gambar 4.75 Posisi <i>trigger</i> pada puzzle Color Harmony yang ditandai dengan kotak berwarna hijau	101
Gambar 4.76 Metode Start pada <i>script</i> Color Harmony	102
Gambar 4.77 Variabel yang digunakan pada <i>script</i> Trigger Q1	103
Gambar 4.78 Metode OnTriggerEnter2D dan metode OnTriggerExit2D pada <i>script</i> Trigger Q1	103
Gambar 4.79 Metode Question pada <i>script</i> Trigger Q1.....	104
Gambar 4.80 Variabel yang dipakai pada <i>script</i> Trigger Answer	104
Gambar 4.81 Metode OnTriggerEnter2D dan OnTriggerExit2D pada <i>script</i> Trigger Answer.....	105
Gambar 4.82 Metode CheckAnswer pada <i>script</i> Trigger Answer.....	105
Gambar 4.83 <i>Flowchart</i> puzzle Color Harmony	106
Gambar 4.84 Pemain telah memilih <i>input</i>	107
Gambar 4.85 Relasi antar <i>input</i> pada <i>minigame</i> Batu, Gunting, Besi.....	107
Gambar 4.86 Tampilan permainan ketika Attack Mode dimulai.....	108
Gambar 4.87 Tampilan permainan ketika Defense Mode dimulai	108
Gambar 4.88 Variabel yang digunakan pada <i>script</i> Logic.....	110
Gambar 4.89 Metode ChoiceNumber yang dipanggil ketika salah satu tombol <i>input</i> dipilih oleh pemain.....	110
Gambar 4.90 Metode randomInput yang akan memberikan nilai integer acak sebagai <i>input</i> lawan	111
Gambar 4.91 Metode Update pada <i>script</i> Logic	111
Gambar 4.92 Potongan program pada metode HasilJanken pada <i>script</i> Logic ..	113
Gambar 4.93 Metode ButtonState, AttackState, dan DefenseState pada <i>script</i> Button Interact	114
Gambar 4.94 <i>Flowchart</i> <i>minigame</i> Batu, Gunting, Besi.....	115
Gambar 4.95 Panel tutorial pada <i>minigame</i> Dance Through the Frame	116
Gambar 4.96 Tampilan <i>user interface</i> pada <i>minigame</i> Dance Trough the Frame	116
Gambar 4.97 Kartu <i>frame</i> yang menjadi <i>input</i> dari pemain.....	117
Gambar 4.98 <i>Frame</i> kosong yang harus diisi oleh pemain sesuai urutan dari kanan ke kiri dan menyesuaikan gerakan yang diperagakan oleh Dans	117
Gambar 4.99 Hierarki <i>game object</i> penyusun <i>level</i> pada <i>scene</i> <i>minigame</i> Dance Through the Frame	119
Gambar 4.100 Variabel yang digunakan pada <i>script</i> Frame_Dans.....	119
Gambar 4.101 Metode NormalFrame, ChangeFrame, dan NextFrame pada <i>script</i> Frame_Dans.....	120
Gambar 4.102 Isi <i>timeline</i> Question1 pada Unity editor	120
Gambar 4.103 Daftar <i>timeline signal</i> yang dipakai pada <i>timeline</i> Question1.....	121
Gambar 4.104 Variabel yang digunakan, metode Awake, dan metode OnBeginDrag pada <i>script</i> FrameDrop.....	122
Gambar 4.105 Metode OnDrag dan OnEndDrag pada <i>script</i> FrameDrop.....	123

Gambar 4.106 Metode OnDrop pada <i>script</i> DropBox yang berfungsi untuk memindahkan data dari <i>object clone</i> ke kartu kosong.....	124
Gambar 4.107 Metode CheckAnswer pada <i>script</i> Frame Event.....	124
Gambar 4.108 Metode RightAnswer pada <i>script</i> DragDrop	125
Gambar 4.109 Flowchart <i>minigame</i> Dance Through the Frame.....	126
Gambar 4.110 Tampilan <i>minigame</i> Flappy Drone.....	127
Gambar 4.111 Panel yang muncul ketika pemain kalah.....	127
Gambar 4.112 Panel yang muncul ketika pemain kalah.....	128
Gambar 4.113 Variabel yang digunakan pada <i>script</i> Player Movement	129
Gambar 4.114 Metode Awake pada <i>script</i> Player Movement	129
Gambar 4.115 Metode Flap pada <i>script</i> Player Movement	130
Gambar 4.116 Metode OnCollisionEnter2D dan metode Finish pada <i>script</i> Player Movement.....	130
Gambar 4.117 Variabel yang digunakan pada <i>script</i> Spawner	131
Gambar 4.118 Metode Update pada <i>script</i> Spawner	131
Gambar 4.119 Metode Spawn pada <i>script</i> Spawner	132
Gambar 4.120 Flowchart <i>minigame</i> Flappy Drone.....	133
Gambar 4.121 Tampilan awal <i>minigame</i> Logical Maze memperlihatkan karakter yang akan diarahkan oleh pemain	134
Gambar 4.122 Tampilan panel jawab pada <i>minigame</i> Logical Maze	134
Gambar 4.123 Variabel yang digunakan pada <i>script</i> Player Movement	136
Gambar 4.124 Metode Start dan metode CheckAnswer pada <i>script</i> Player Movement.....	136
Gambar 4.125 <i>Coroutine</i> Move yang dipanggil ketika pemain mengecek jawaban	137
Gambar 4.126 Pilihan <i>input</i> jawaban pada <i>minigame</i> Logical Maze.....	137
Gambar 4.127 Metode Box Action pada <i>script</i> Player Movement.....	138
Gambar 4.128 Diagram Radar hasil MGQI tiap aspek dimensi	156
Gambar 4.129 Diagram yang menunjukkan skala UEQ pada tiap aspeknya	162
Gambar 4.130 Diagram batang yang menunjukkan <i>benchmark game</i> Kenal Pedia berdasarkan <i>data set</i> yang disediakan pada <i>UEQ Analysis Tool</i>	163
Gambar 4.131 Tampilan <i>website</i> itch.io dan simmer.io ketika membuka halaman <i>game</i> Kenal Pedia.....	164

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan	17
Tabel 3.1 Pratinjau format lembar pengujian <i>black box</i>	29
Tabel 3.2 Kisi-kisi angket validasi ahli media	31
Tabel 3.3 Kisi-kisi <i>User Experience Questionnaire</i>	32
Tabel 3.4 Keterangan skor angket validasi ahli media	34
Tabel 3.5 Kategori kelayakan media	36
Tabel 3.6 Kategori kelayakan UEQ	38
Tabel 4.1 Demografi <i>game</i> Kenal Pedia	43
Tabel 4.2 <i>Software</i> yang digunakan dalam pengembangan <i>game</i>	43
Tabel 4.3 Karakter yang muncul di cerita <i>chapter 1</i>	44
Tabel 4.4 Ringkasan cerita dari tiap <i>chapter</i> cerita	46
Tabel 4.5 Sound plan <i>game</i> Kenal Pedia	48
Tabel 4.6 <i>Storyboard game</i>	49
Tabel 4.7 Daftar <i>asset</i> yang telah dibuat dan dipakai di dalam <i>game</i> Kenal Pedia	75
Tabel 4.8 Hierarki <i>scene</i> di dalam Unity pada <i>game</i> Kenal Pedia	81
Tabel 4.9 <i>Game object</i> yang digunakan pada <i>puzzle</i> Color Harmony	101
Tabel 4.10 <i>Game object</i> yang digunakan pada <i>minigame</i> Batu, Gunting, Besi..	108
Tabel 4.11 <i>Game object</i> yang digunakan pada <i>minigame</i> Dance Through the Frame	117
Tabel 4.12 <i>Game object</i> yang digunakan pada <i>minigame</i> Flappy Drone	128
Tabel 4.13 <i>Game object</i> yang digunakan pada <i>minigame</i> Logical Maze	134
Tabel 4.14 Hasil pengujian <i>black box</i>	139
Tabel 4.15 Profil ahli	146
Tabel 4.16 Hasil penilaian dari ahli 1	147
Tabel 4.17 Pengolahan MGQI hasil penilaian dari ahli 1	148
Tabel 4.18 Hasil penilaian dari ahli 2	149
Tabel 4.19 Pengolahan MGQI hasil penilaian dari ahli 2	151
Tabel 4.20 Hasil penilaian dari ahli 3	152
Tabel 4.21 Pengolahan MGQI hasil penilaian dari ahli 3	154
Tabel 4.22 Hasil responden UEQ untuk nomor indikator 1 sampai 13	157
Tabel 4.23 Hasil responden UEQ untuk nomor indikator 14 sampai 26	158
Tabel 4.24 Perubahan nilai skala UEQ untuk nomor indikator 1 sampai 13	159
Tabel 4.25 Perubahan nilai skala UEQ untuk nomor indikator 14 sampai 26	160
Tabel 4.26 Rata-rata dan varian skor UEQ pada tiap aspeknya	162

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pengangkatan Dosen Pembimbing.....	181
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1.....	182
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2.....	182
Lampiran 4. Kuesioner Studi Pendahuluan.....	183
Lampiran 5. Lembar Persetujuan dan Hasil Ahli 1.....	187
Lampiran 6. Dokumentasi Pengujian Media Bersama Ahli 1.....	188
Lampiran 7. Lembar Persetujuan dan Hasil Ahli 2.....	189
Lampiran 8. Dokumentasi Pengujian Media Bersama Ahli 2.....	190
Lampiran 9. Lembar Persetujuan dan Hasil Ahli 3.....	191
Lampiran 10. Dokumentasi Pengujian Media Bersama Ahli 3.....	192
Lampiran 11. <i>Form</i> dan Hasil UEQ Melalui GForm.....	193
Lampiran 12. Cek Plagiarisme.....	203
Lampiran 13. Akses Hasil Media Skripsi.....	204

DAFTAR PUSTAKA

- Anni, L., & Pan, Y. (2021). Motivations and Obstacles of Chinese Generation Z for Mobile Game Design. *대한인간공학회지*, 40(3), 185–197. <https://doi.org/10.5143/JESK.2021.40.3.185>
- Artstation. (2024, Januari). *Chanin Suasungnern*. Artstation Profile. <https://www.artstation.com/chanins>
- Asri, M. M., & Susanto, A. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan Dan Lokasi Kampus Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi S1 Manajemen Feb UKSW. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 8828–8842.
- Ayada, M. W., & Elmelegy, N. (2012). Advergemes on Facebook a new approach to improve the Fashion Marketing. *International Design Journal Volume 2 Issue 2, Design Issues, September 2012, Egypt, Volume 2*.
- Barnes & Noble College. (2016). *Getting to Know Gen Z: Exploring middle and high schoolers' expectations for higher education*. <https://www.bncollege.com/wp-content/uploads/2018/09/Gen-Z-Report.pdf>
- Belliza, A., & Kusumawati, N. (2024). The Influence of Visual Attributes in Packaging Design on Generation Z's Dessert Snack Purchasing Decision. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 2(1), 57–74.
- Blumberg, F. C., & Altschuler, E. (2011). From the Playroom to the Classroom: Children's Views of Video Game Play and Academic Learning. *Child Development Perspectives*, 5(2), 99–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1750-8606.2011.00163.x>
- Cauberghe, V., & De Pelsmacker, P. (2010). Advergemes. *Journal of advertising*, 39(1), 5–18.
- Dahlia, D., Mahfuzah, A., Azzahra, N., Reynaldi, A., & Sarman, A. (2023). WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI INSTRUMEN PROMOSI PROGRAM STUDI BARU. *Titik Karya: Jurnal Sosial dan Humaniora Kontemporer*, 1(01), 27–33.
- Darmawan, A., Wardhana, M. I., & Samodra, J. (2021). Perancangan Game 3D sebagai Pengenalan Lingkungan Kampus Universitas Negeri Malang. *Journal of Language Literature and Arts*, 1(10), 1341–1357. <https://doi.org/10.17977/um064v1i102021p1341-1357>
- Fadhilah, A., & Rinjani, D. (2024). Perancangan Game Pengenalan Mata Kuliah Multimedia Sebagai Media Promosi Program Studi Pendidikan Multimedia. *Journal of Animation and Games Studies*, 10(1), 13–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jags.v10i1>
- Fakhri, A., Muhammad, F., Assaf, A., & Yasir, M. (2023). Dungeon Code: Educational Game For Algorithm and Data Structure Courses by Applying The Game Development Life Cycle Method. *Technium: Romanian Journal of*

- Applied Sciences and Technology*, 17(1), 138–144. <https://doi.org/10.47577/technium.v17i.10060>
- Firdaus, M. B., Widiars, J. A., & Padant, J. Y. (2019). Augmented reality for interactive promotion media at Faculty of Computer Science and Information Technology Mulawarman University. *Journal of Physics: Conference Series*, 1341(4), 042017. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1341/4/042017>
- Ghany, D. E., Ulfa, N. S., Setiabudi, D., & Purbaningrum, D. (2015). Pengaruh Durasi Bermain Advergame Terhadap Levels of Comprehension (Tingkat Pemahaman) Dari Brand Message (Pesan Merek). *Interaksi Online*, 4(1).
- Ghirvu, A. (2011). Advergames: marketing advantages and risks involved. *Marketing from Information to Decision*, 4, 174–183.
- González-Salazar, M., Mitre-Hernandez, H., Olalde, C., & González-Sánchez, J. (2012). *Proposal of Game Design Document from Software Engineering Requirements Perspective*. <https://doi.org/10.1109/CGames.2012.6314556>
- Gura, S., & Gura, K. (2016). The use of mobile advergame as brand communication tool: case study “Vodafone City.” *American Journal of Marketing Research*, 2(2), 61–72.
- Hidayat, R., Bawono, M. W. A., & Alibasa, M. J. (2023). Developing a Horror Game with Game Development Life Cycle Method using Unity Game Engine. *2023 International Conference on Data Science and Its Applications (ICoDSA)*, 471–476. <https://doi.org/10.1109/ICoDSA58501.2023.10277028>
- Hinderks, A., Schrepp, M., & Thomaschewski, J. (2018). *User Experience Questionnaire*.
- Hunicke, R., LeBlanc, M., & Zubek, R. (2004). MDA: A formal approach to game design and game research. *Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI*, 4(1), 1722.
- Hunt, E. (2012). What Makes Nations Intelligent? *Perspectives on Psychological Science*, 7(3), 284–306. <https://doi.org/10.1177/1745691612442905>
- Husaini, M. F., & Triani, A. R. (2019). Designing a Mobile Game as Promotion Media for Sambisari Temple. *6th Bandung Creative Movement*, 471–477.
- Indriani, R. P., Sigit, D. V., & Miarsyah, M. (2023). Meta-analisis: Pengaruh Media E-learning Terhadap Keterampilan Berpikir Kritis dan Kreatif. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(1), 58–71. <https://doi.org/10.37329/cetta.v6i1.1862>
- Jew, A. (2013). *Professional Storyboarding* (1st Edition). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780240817712>
- Joewono, Y. A., & Limanto, P. C. (2019). Apakah advergame efektif mendongkrak brand awareness. *Jurnal Manajemen: Untuk Ilmu Ekonomi dan Perpustakaan*, 4(2).
- Kango, U., Kartiko, A., & Maarif, M. A. (2021). The Effect of Promotion on the Decision to Choose a Higher Education through the Brand Image of Education. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 13(3), 1611–1621.

- Laugwitz, B., Held, T., & Schrepp, M. (2008). Construction and Evaluation of a User Experience Questionnaire. Dalam A. Holzinger (Ed.), *HCI and Usability for Education and Work* (hlm. 63–76). Springer Berlin Heidelberg.
- Li, Y., & Suen, C. Y. (2010). Typeface personality traits and their design characteristics. *Proceedings of the 9th IAPR International Workshop on Document Analysis Systems*, 231–238. <https://doi.org/10.1145/1815330.1815360>
- López-Arcos, J. R., Vela, F. L. G., Padilla-Zea, N., & Paderewski, P. (2014). A method to analyze efficiency of the story as a motivational element in video games. *European Conference on Games Based Learning*, 2, 705.
- McCarthy, M. S., & Mothersbaugh, D. L. (2002). Effects of typographic factors in advertising-based persuasion: A general model and initial empirical tests. *Psychology & Marketing*, 19(7–8), 663–691. <https://doi.org/10.1002/mar.10030>
- Nidhra, S. (2012). Black Box and White Box Testing Techniques - A Literature Review. *International Journal of Embedded Systems and Applications*, 2, 29–50. <https://doi.org/10.5121/ijesa.2012.2204>
- Nurhasanah, Y., Tobing, D. S. H., & Khairunisa, Y. (2024). The Development of Polymedia Adventure Game As a Digital Promotion Media for Campus Orientation. *KnE Engineering*, 6(1). <https://doi.org/10.18502/keg.v6i1.15408>
- Nurrahmania, A., & Grahita, B. (2021). Analysis of Tourism Game Effectiveness as Promotional Strategy. *Proceedings of the ICON ARCADE 2021: The 2nd International Conference on Art, Craft, Culture and Design (ICON-ARCADE 2021)*, 295–301. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211228.038>
- Paltridge, B., Starfield, S., Paltridge, B., & Starfield, S. (2007). *Thesis and Dissertation Writing in a Second Language*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203960813>
- PDDIKTI. (2024). *Perbandingan Program Studi*. Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/perbandingan-prodi?q=multimedia>
- Powers, K. L., Brooks, P. J., Aldrich, N. J., Palladino, M. A., & Alfieri, L. (2013). Effects of video-game play on information processing: A meta-analytic investigation. *Psychonomic Bulletin & Review*, 20(6), 1055–1079. <https://doi.org/10.3758/s13423-013-0418-z>
- Pusat Data dan Teknologi Informasi. (2023a). *Jumlah Siswa Menurut Tingkat Tiap Provinsi (Kota Bandung) Tahun 2023/2024 SMA*.
- Pusat Data dan Teknologi Informasi. (2023b). *Jumlah Siswa Menurut Tingkat Tiap Provinsi (Kota Bandung) Tahun 2023/2024 SMK*.
- Rachmanto, A. D. (2018). Implementasi augmented reality sebagai media pengenalan promosi universitas nurtanio bandung menggunakan unity 3d. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(1).

- Ramadan, R., & Hendradjaya, B. (2014). Development of game testing method for measuring game quality. *2014 International Conference on Data and Software Engineering (ICODSE)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICODSE.2014.7062694>
- Ramadan, R., & Widyani, Y. (2013). Game development life cycle guidelines. *2013 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS)*, 95–100. <https://doi.org/10.1109/ICACSIS.2013.6761558>
- Rinayati, Mulyono, & Wahyuning, S. (2016). Keefektifan Game Edukasi Gizi sebagai Media Promosi Gizi Anak Sekolah di MI Nurul Islam. *VISIKES: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, *15*(2), 69–147. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/visikes/index>
- Sanders, T., & Cairns, P. (2010, September). *Time perception, immersion and music in videogames*. <https://doi.org/10.14236/ewic/HCI2010.21>
- Santos, E., Gonzalo, R., & Gisbert, F. (2007). Advergaming: overview. *International Journal Information Technologies and Knowledge*, *1*(3), 203–208.
- Schrepp, M. (2023). *User Experience Questionnaire Handbook* (11 ed.). <http://www.ueq-online.org/>
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z Goes to College*. John Wiley & Sons.
- Shatto, B., & Kelly, E. (2016). Moving on From Millennials: Preparing for Generation Z. *The Journal of Continuing Education in Nursing*, *47*(6), 253–254. <https://doi.org/10.3928/00220124-20160518-05>
- Shchiglik, C., Barnes, S. J., & Scornavacca, E. (2016). The Development of an Instrument to Measure Mobile Game Quality. *Journal of Computer Information Systems*, *56*(2), 97–105. <https://doi.org/10.1080/08874417.2016.1117368>
- Shefali, A., & Aggarwal, V. S. (2015). A study of effectiveness of advergaming on children. *Journal of Management Research*, *7*(2), 137–142.
- Shliakhovchuk, E., Oliynyk, R., & García, A. M. (2021). Gen Zers' video game preferences and learning outcomes: toward designing better games. *International Journal of Technology Enhanced Learning*, *13*(2), 208–236.
- Subagyo, W., & Wahyuningsih, D. (2022). Pengembangan Aplikasi Mobile Games Healthy Kids Sebagai Media Promosi Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Pada Anak. *Media Bina Ilmiah*, *17*(2), 235–242. <https://binapatria.id/index.php/MBI>
- Sugyono, R., & Taurusta, C. (2021). Pengenalan Kampus II Universitas Muhammadiyah Sidoarjo melalui Game Controller. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, *2*(3), 552–563.
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. (2020). *Instrumen penelitian*.
- Supriyanto, S., Fitri, I., & Nurhayati, N. (2022). Aplikasi Inventory Peralatan Mekanik Unit BRT UNAS Berbasis Web Menggunakan Metode Black-Box

- dan White-Box Testing. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 6(2), 224–233. <https://doi.org/10.35870/jtik.v6i2.409>
- Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., & Kundi, G. S. (2021). Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. *Technology in Society*, 65, 101565. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101565>
- Taylor, C. R. (2009). The Six Principles of Digital Advertising. *International Journal of Advertising*, 28(3), 411–418. <https://doi.org/10.2501/S0265048709200679>
- Unity. (2024, Desember 11). *Unity User Manual 2022.3 (LTS)*. Unity Documentation. <https://docs.unity3d.com/2022.3/Documentation/Manual/>
- Universitas Pendidikan Indonesia. (2024, Desember 3). *Struktur Kurikulum Pendidikan Multimedia (S1)*. <https://kurikulum.upi.edu/struktur/prodi/G095>
- Universitas Pendidikan Indonesia Kampus UPI di Cibiru. (2024). *S1 Multimedia*.
- Valve Software. (2023, Januari 19). *A Space for the Unbound*. Steam Store Page. https://store.steampowered.com/app/1201270/A_Space_for_the_Unbound/
- Velasco, C., Hyndman, S., & Spence, C. (2018). The role of typeface curvilinearity on taste expectations and perception. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 11, 63–74. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2017.11.007>
- Verma, A., Khatana, A., & Chaudhary, S. (2017). A Comparative Study of Black Box Testing and White Box Testing. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(12), 301–304. <https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i12.301304>
- Walk, W., Görlich, D., & Barrett, M. (2017). Design, dynamics, experience (DDE): an advancement of the MDA framework for game design. *Game dynamics: Best practices in procedural and dynamic game content generation*, 27–45.
- Walter Foster Creative Team. (2018). *Special Subjects: Basic Color Theory: An introduction to color for beginning artists*. Quarto Publishing Group USA.
- We Are Social, & Statistics, M. (2024, Januari 31). *Digital 2024 Global Overview Report*. <https://adobe.ly/4i4sftF>
- Windawati, R., & Koeswanti, H. D. (2021). Pengembangan Game Edukasi Berbasis Android untuk Meningkatkan hasil Belajar Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(2), 1027–1038. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i2.835>
- Yuda, J. P., Wulandari, D., Perwira, Y. K., Denistia, K., Sari, I. M., & Priyanto, A. D. (2023). Developing Infographics as Wellness Education Media and Local Product Internationalization. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 38(4), 378–384.

GLOSARIUM

A

Adventure (game): Jenis permainan yang berfokus pada pengalaman berbasis narasi dan eksplorasi.

Advergame: Jenis permainan video yang dibuat khusus untuk tujuan periklanan.

Ambient music: Musik latar yang dirancang untuk meningkatkan suasana atau atmosfer dalam permainan atau media.

AR (Augmented Reality): Teknologi yang menambahkan konten digital ke dunia nyata melalui perangkat seperti smartphone atau kacamata AR.

Artificial intelligence (AI): Simulasi kecerdasan manusia dalam mesin untuk melakukan tugas seperti pemecahan masalah atau pengambilan keputusan.

B

Background: Elemen visual atau latar belakang yang menjadi latar belakang dalam adegan permainan.

Background music: Musik yang diputar di latar belakang permainan atau multimedia, untuk meningkatkan atmosfer.

Balance (aspek game): Proses memastikan kesulitan dan penghargaan dalam permainan adil dan menyenangkan.

Benchmark: Titik acuan atau standar untuk membandingkan kinerja, sering digunakan dalam pengujian perangkat keras atau kinerja permainan.

Blocky (tipografi): Gaya tipografi yang ditandai dengan bentuk persegi atau blok.

Boolean: Tipe data dalam pemrograman yang hanya memiliki dua nilai: benar atau salah.

Brand: Identitas khas untuk produk atau perusahaan, yang sering kali diwakili oleh nama, logo, dan desain.

Brand awareness: Sejauh mana konsumen mengenali dan mengingat sebuah merek.

Brand identifier: Elemen-elemen seperti logo atau slogan yang mengidentifikasi merek tertentu.

Brand visual: Representasi visual dari sebuah merek, seperti logo, warna, dan gaya desain.

Brush (ilustrasi): Alat yang digunakan dalam ilustrasi digital atau desain untuk membuat goresan atau tekstur.

Bug (game): Kesalahan atau cacat dalam kode permainan yang menyebabkan permainan berperilaku tidak seperti yang diharapkan.

C

Child (struktur data): Elemen struktur data yang terhubung ke elemen induk dalam hierarki.

Cloud computing: Praktik menggunakan server jarak jauh di internet untuk menyimpan, mengelola, dan memproses data.

Cloud storage: Penyimpanan data secara daring yang dapat diakses melalui internet.

Cutscene: Urutan dalam permainan yang menggerakkan cerita, biasanya tanpa interaksi dari pemain.

D

Data: Informasi yang dikumpulkan dan digunakan dalam berbagai konteks, termasuk permainan dan pemrograman.

Data set: Sekumpulan data yang saling terkait.

Default: Opsi atau pengaturan bawaan dalam sebuah program atau sistem.

Device: Perangkat teknologi yang digunakan untuk komputasi atau memainkan permainan, seperti *smartphone* atau konsol permainan.

E

Entertainment: Aktivitas atau media yang memberikan kesenangan atau hiburan, termasuk permainan, film, dan musik.

Exit (game): Tindakan atau perintah untuk keluar dari permainan.

F

Feedback: Respons atau reaksi, sering kali dari pengguna, terkait permainan atau produk.

Font (tipografi): Gaya, ukuran, dan ketebalan teks tertentu yang digunakan dalam permainan atau dokumen.

Frame (animasi): Satu gambar dalam urutan gambar yang membentuk sebuah animasi.

Fun (aspek game): Elemen penting dalam desain permainan yang membuat permainan menyenangkan dan menarik.

Functional (aspek game): Aspek permainan yang berhubungan dengan seberapa baik permainan menjalankan fungsi yang dimaksudkan.

G

Game: Bentuk permainan atau hiburan yang terstruktur dengan tujuan, aturan, dan interaksi.

Game design document: Dokumen terperinci yang menggambarkan konsep, mekanika, cerita, dan elemen desain dari sebuah permainan.

Game engine: Perangkat lunak yang digunakan untuk membuat dan mengembangkan permainan, menyediakan alat untuk menyimulasikan grafis, fisika, dan permainan.

Gesture (ilustrasi): Gerakan atau pose dalam ilustrasi atau animasi yang menyampaikan makna atau emosi.

Glyphs (tipografi): Simbol atau bentuk yang mewakili huruf atau karakter dalam sebuah font.

Guide books: Buku atau sumber daya yang menawarkan instruksi atau tip untuk memainkan sebuah permainan.

H

Header (tipografi): Teks judul atau header dalam dokumen atau layar permainan.

Aqil Fadhilah, 2024

PERANCANGAN ADVERGAME “KENAL PEDIA” SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGENALAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Health point (game): Ukuran kesehatan karakter dalam permainan, yang biasanya berkurang ketika karakter menerima kerusakan.

HTML5: Versi kelima dari HTML, digunakan untuk menyusun dan menampilkan konten di web, termasuk permainan interaktif.

I

ID: Identifikasi, nilai unik yang diberikan untuk membedakan item atau pengguna tertentu.

Immersion: Perasaan terlibat atau tenggelam dalam sebuah permainan atau lingkungan virtual.

Input: Data atau perintah yang dimasukkan ke dalam sistem atau permainan oleh pengguna.

Integer: Angka bulat, sering digunakan dalam pemrograman untuk berbagai perhitungan.

Intellectual property: Hak hukum yang melindungi ciptaan pikiran, seperti penemuan, desain, dan permainan.

L

Level: Tahap atau pengaturan kesulitan dalam sebuah permainan.

M

Machine learning: Sebuah cabang kecerdasan buatan yang memungkinkan sistem untuk belajar dan berkembang dari pengalaman tanpa diprogram secara eksplisit.

Main menu (game): Menu utama dalam permainan yang memungkinkan pemain mengakses opsi, memulai permainan, atau mengatur pengaturan.

Marketing: Proses mempromosikan dan menjual produk, termasuk permainan.

Media digital mainstream: Media digital yang banyak digunakan, seperti media sosial, platform daring, dan situs web.

Minigame: Permainan kecil yang terdapat dalam permainan yang lebih besar.

Mobile: Perangkat portabel seperti *smartphone* dan tablet.

Mobile game: Permainan yang dirancang khusus untuk dimainkan di perangkat *mobile*.

Moodboard: Representasi visual dari konsep, ide, dan inspirasi, sering digunakan dalam desain dan pengembangan permainan.

O

OKR: *Objectives and Key Results*, kerangka kerja penetapan tujuan yang digunakan untuk mendefinisikan dan melacak tujuan dalam sebuah organisasi.

Online game: Permainan yang dimainkan melalui internet, yang melibatkan interaksi antar pemain.

Output: Hasil atau data yang dihasilkan oleh sebuah sistem atau perangkat.

P

Parent (struktur data): Elemen tingkat atas dalam struktur data hierarkis.

Pendidikan multimedia: Pendidikan multimedia, yang fokus pada penggunaan alat dan media digital dalam konteks pendidikan.

Physics (game): Simulasi hukum fisika dalam permainan, seperti gravitasi atau deteksi tabrakan.

Prototype: Model atau versi awal dari sebuah permainan atau produk yang digunakan untuk pengujian dan pengembangan.

R

Remix (lagu): Versi yang diubah dari sebuah lagu, sering kali dengan perubahan gaya atau struktur.

RPG (Role-Playing Game): Jenis permainan di mana pemain mengambil peran sebagai karakter dalam dunia fiksi.

S

Scan: Proses mendigitalkan gambar atau objek, atau memindai data tertentu.

Scene (Unity): Sekumpulan objek permainan dan pengaturan dalam mesin permainan Unity, yang mewakili level atau area dalam permainan.

Script (programming): Kode yang ditulis untuk mengontrol perilaku dan fungsi dalam permainan atau program.

Series: Sekumpulan permainan terkait, sering kali dengan karakter atau tema yang berulang.

Side-scrolling (game): Gaya permainan di mana pemain bergerak dari kiri ke kanan (atau kanan ke kiri) di layar.

Shading (ilustrasi): Proses menambahkan cahaya dan bayangan dalam ilustrasi untuk menciptakan kedalaman.

Smartphone: Telepon seluler dengan kemampuan canggih, seperti akses internet dan kemampuan menjalankan aplikasi.

Source code: Instruksi yang dapat dibaca manusia yang membentuk program atau permainan.

Source code editor: Alat perangkat lunak yang digunakan untuk menulis dan mengedit kode sumber.

Spreadsheet: Dokumen digital yang digunakan untuk mengatur dan menghitung data dalam baris dan kolom.

Sprite: Gambar atau animasi 2D yang digunakan dalam permainan, sering kali mewakili karakter atau objek.

Stakeholder: Individu atau kelompok yang memiliki kepentingan atau investasi dalam sebuah proyek, seperti proyek pengembangan permainan.

Storyboard: Rencana atau cetak biru visual untuk adegan dalam permainan atau film, digunakan untuk merencanakan narasi dan animasi.

T

Tone: Keseluruhan suasana atau kesan yang ditimbulkan oleh warna, bentuk, dan elemen visual lainnya dalam sebuah desain.

Touchscreen: Layar tampilan yang mendeteksi *input* sentuhan, umum digunakan di perangkat *mobile* dan konsol permainan.

Traffic (website): Jumlah pengunjung atau interaksi yang diterima oleh sebuah situs web.

Tracing: Proses menggambar di atas gambar atau bentuk, sering digunakan dalam ilustrasi dan desain.

Typeface: Gaya dan desain huruf tertentu, yang terdiri dari huruf, angka, dan simbol.

U

UEQ (User Experience Questionnaire): Alat yang digunakan untuk mengevaluasi dan menilai pengalaman pengguna dari sebuah produk atau sistem.

User interface: Cara pengguna berinteraksi dengan komputer atau permainan, termasuk layar, tombol, dan kontrol.

V

Video game: Permainan interaktif yang dimainkan di komputer, konsol, atau perangkat *mobile*.

Viral marketing: Strategi pemasaran yang mendorong orang untuk berbagi konten dan menyebarkannya dengan cepat melalui jejaring sosial.

Visual asset: Grafik, gambar, dan elemen visual yang digunakan dalam permainan atau media.

VR (Virtual Reality): Teknologi yang memungkinkan pengguna seakan-akan masuk ke dalam lingkungan digital sepenuhnya menggunakan perangkat khusus.

W

Webcam: Kamera kecil yang biasanya digunakan untuk merekam video untuk komunikasi daring atau pembuatan konten.

WebGL: Teknologi web yang memungkinkan *rendering* grafik 3D dalam browser web tanpa memerlukan *plugin*.

Website: Kumpulan halaman web yang saling terkait dan dapat diakses melalui internet.