

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Adanya kompleksitas keterkaitan *hardware* dengan *software*, produsen manufaktur konsol video *game* umumnya memiliki platformnya sendiri untuk menyediakan pembelian salinan video *game* (Kettunen, 2017).. Konsol video *game* menjadi pioneer utama sebagai bentuk modernisasi produk hiburan. Fenomena ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti kemajuan teknologi, tren video *game* dan inovasi produk hiburan seperti munculnya berbagai kategori dan genre *game* yang dapat dimainkan berdasarkan preferensi (Arsenault, 2009), yang mampu menjangkau seluruh generasi termasuk orang tua (González-Piñero, 2017). Pada abad ke-21 industri konsol mengalami pertumbuhan secara signifikan dan menjadi salah satu segmen terbesar dalam industri hiburan (Pashkov, 2021). Berdasarkan laporan dari Newzoo, pendapatan pasar global konsol pada tahun 2023, mencapai lebih dari 50,0 miliar dolar Amerika dan diproyeksikan terus tumbuh (Newzoo, 2024). Hal ini dikarenakan produsen di setiap generasi konsol barunya akan terus menghadirkan grafis, daya pemrosesan, penyimpanan yang lebih baik dari generasi sebelumnya untuk dapat memberikan pengalaman bermain *game* yang mendalam (Killström Kalle, 2024). Berawal dari kemunculan konsol Magnavox Odyssey pada tahun 1972, yang merupakan generasi pertama dari konsol yang dapat disambungkan ke televisi setelah penggunaan komputer besar dan vektor terpisah yang membutuhkan biaya produksi besar. Merespon hal ini, perusahaan-perusahaan mulai bergabung dalam mengembangkan dan menciptakan nilai produk melalui segmentasi, konsolidasi dan diversifikasi (Sandqvist, 2015).

Sony Computer Entertainment berhasil memberikan inovasi dan mendominasi pasar konsol global melalui produknya “PlayStation” yang pertama kali rilis pada tahun 1994, dan berhasil menggantikan dominasi konsol Nintendo (Consalvo, 2006), dilanjut dengan perilisan PlayStation 2 pada tahun 2001, menjadi penjualan konsol global terbesar hingga saat ini dengan total lebih dari 160 juta unit terjual. Sony Computer Entertainment merupakan anak dari perusahaan Sony (Jepang), yang telah beroperasi sejak tahun 1993. Pada tahun 2016, Sony Computer Entertainment dan Sony Network Entertainment International LLC bergabung menjadi satu perusahaan baru menjadi Sony Interactive Entertainment (SIE) yang berkantor pusat di California, San Mateo. Tujuan dilakukan penggabungan perusahaan agar kepemimpinannya di bidang *entertainment*, layanan operasi *hardware* dan *software* menjadi satu kendali. Sebelum penggabungan divisi, Sony Computer Entertainment yang bertanggung jawab untuk pengembangan *hardware* dan *software*, sedangkan Sony Network Entertainment bertanggung jawab untuk pengembangan *Direct to Customer*, yaitu PlayStation Network. SIE dengan rekannya berkeinginan terus mengembangkan layanan dan produk dengan memanfaatkan operasi bisnis yang ada di seluruh benua (Sony Interactive Entertainment, 2016).

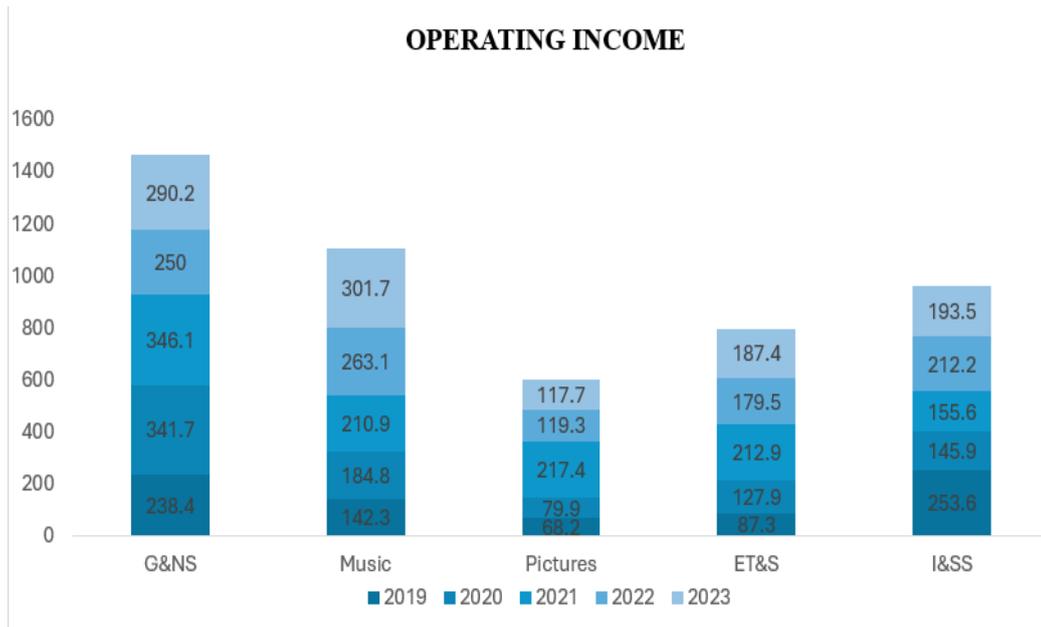


Diagram 1. 1 Laba operasional dari masing-masing divisi Sony group

Sumber: *corporate report* (Sony, 2024)

Catatan: nominal disebut dalam satuan miliar yen.

Berdasarkan laporan keuangan Sony, total laba operasional yang diperoleh Sony Interactive Entertainment mencapai lebih dari 1,400 miliar yen. Pertumbuhan ini merupakan keberhasilan SIE dalam menerapkan strategi perluasan ekosistem digital melalui platformnya sebagai *publisher*. Sejak tahun 2019, Sony Interactive Entertainment bersama Sony telah berfokus pada penguatan *Direct to Consumer*, seperti “PlayStation Network” (PSN) untuk mendukung layanan yang ada pada PlayStation 5 di tahun selanjutnya (Sony Group Corporation, 2020). PlayStation Network merupakan fitur layanan dari PlayStation yang berfungsi untuk menyediakan bantuan dalam pembelian produk, seperti *hardware* PlayStation, *joystick*, *headphone* hingga berbagai jenis *game*. Pada PlayStation 5 yang rilis pada tahun 2020, PlayStation Network juga mendukung fitur kompatibilitas *backward* pada *game* (Sony Interactive Entertainment LLC, 2020). Fitur

backward pada PlayStation 5 berfungsi untuk menyediakan akses *game* ke seluruh generasi PlayStation sebelumnya untuk pengguna seperti *God of War*, *The Last of Us*, *Ghost of Tsushima*, *Marvel's Spider-man*, *Gran turismo* yang merupakan *game first party* yang dihasilkan melalui akuisisi dan adapun *third parties game* seperti *FIFA* (EA Sports), *Call of Duty*, *Final Fantasy* kini, dapat dimainkan di PlayStation 5 dengan *processing graphic* yang lebih baik dibandingkan generasi PlayStation sebelumnya. Hal ini dipengaruhi oleh adanya fakta bahwa PlayStation 5 dilengkapi dengan *chipset* terbaru buatan Advanced Micro Devices (AMD), yang merupakan perusahaan semikonduktor asal Amerika (Nishino, 2020). PlayStation 5 berhasil mendapatkan penghargaan dalam ajang Golden Joystick Awards 2021 sebagai *Best Gaming Hardware* (Loveridge, 2021)

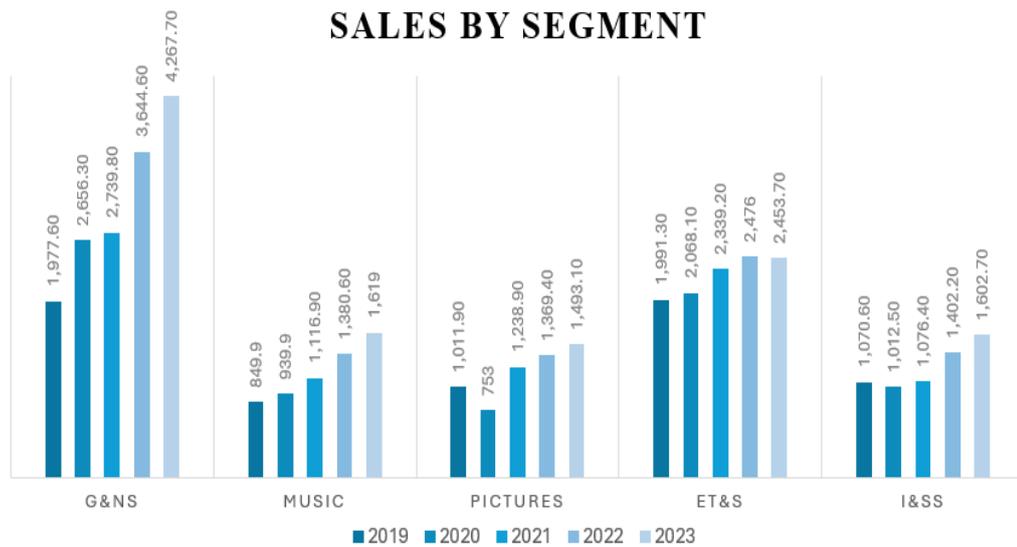


Diagram 1. 2 Penjualan segmen dari masing-masing divisi Sony group

Sumber: *corporate report* (Sony, 2024)

Catatan: nominal disebut dalam satuan miliar Yen

PlayStation menjadi merek terbesar diantara Nintendo, dan Xbox, yang dibuktikan dengan PlayStation memegang 45 persen pangsa konsol video *game* global, sedangkan Nintendo memegang 27 persen, dan Xbox memegang 23 persen (Ketan Mahajan, 2025). Menurut laporan keuangan tahunan Sony, dalam lima tahun berturut, Sony Interactive Entertainment mengalami pertumbuhan penjualan yang signifikan. Dengan 1,977 miliar yen menjadi 4267.7 miliar yen pada tahun 2023, yang menjadikan SIE penyumbang penjualan terbesar dibandingkan divisi Sony lainnya. Penjualan segmen ini meliputi penjualan *hardware*, digital dan fisik *software*, konten, *network service* dan lain-lain. Dengan total lebih dari 61 juta unit PlayStation 5 yang terjual pada 2024, disertai pengguna PlayStation Network yang mencapai 116 juta *network monthly active user* yang menjadi perolehan keuntungan terbesar bagi Sony Interactive Entertainment (Sony, 2024)

Dalam penelitian sebelumnya “*Value Chain Management and Competitive Strategy in the Home Video Game Industry Article*“ yang dilakukan oleh Tomaselli tahun 2008, membahas karakteristik value chain *console home video game*. Penelitian ini membahas tentang bagaimana Sony menerapkan value chain untuk bersaing di pasar konsol. Pada jurnal ini juga menjelaskan hubungan *publisher* dengan perusahaan manufaktur dapat berupa afiliasi atau independen, begitu juga tugas *publisher* dalam menyediakan kebutuhan untuk *developer*. Fokus pembahasan terpusat pada manufaktur *hardware*, *software*, dan distribusi pada PlayStation 3, sehingga jurnal ini menjadi dapat landasan dasar untuk penelitian penulis agar dapat menambahkan bagian yang belum ada seperti *middleware* dan *support function*, disertai penjelasan lebih lanjut mengenai

bagaimana proses terjadinya kerjasama lintas negara dalam konteks Global Multimedia Value Chain (Tomaselli, 2008)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Stephen Kelly yang berjudul “*Digital Supply Chain Management in the Videogames Industry: A Systematic Literature Review*” tahun 2020, membahas tentang bagaimana interaksi antara konsumen, pelanggan, pemasok dan produsen bagaimana mempengaruhi perubahan struktural pasar dan nilai rantai pasok sampai tahap distribusi. Penelitian ini menggunakan konsep nilai rantai pasok, sehingga dapat menjadi acuan untuk melanjutkan perkembangan *global value chain* konsol video game terutama pada *core function* berdasarkan sudut pandang industri multimedia disertai dengan bukti empiris (Stephen Kelly, 2020)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh André Marchand dan Hennig-Thurau yang berjudul “*Value Creation in the Video Game Industry: Industry Economics, Consumer Benefits, and Research Opportunities*” pada tahun 2013, membahas tentang strategi *value creation* dari tahapan pembuatan konten, ekonomi *game*, komunikasi distribusi *game* hingga aspek dukungan teknologi (Marchand André, 2013).

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan data dan penjelasan dari latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “bagaimana pemetaan *global multimedia value chain study* kasus PlayStation 5 oleh Sony Interactive Entertainment tahun 2020-2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan penelitian secara umum ditujukan sebagai pemenuhan syarat lulus serta memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada program studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Tujuan Khusus

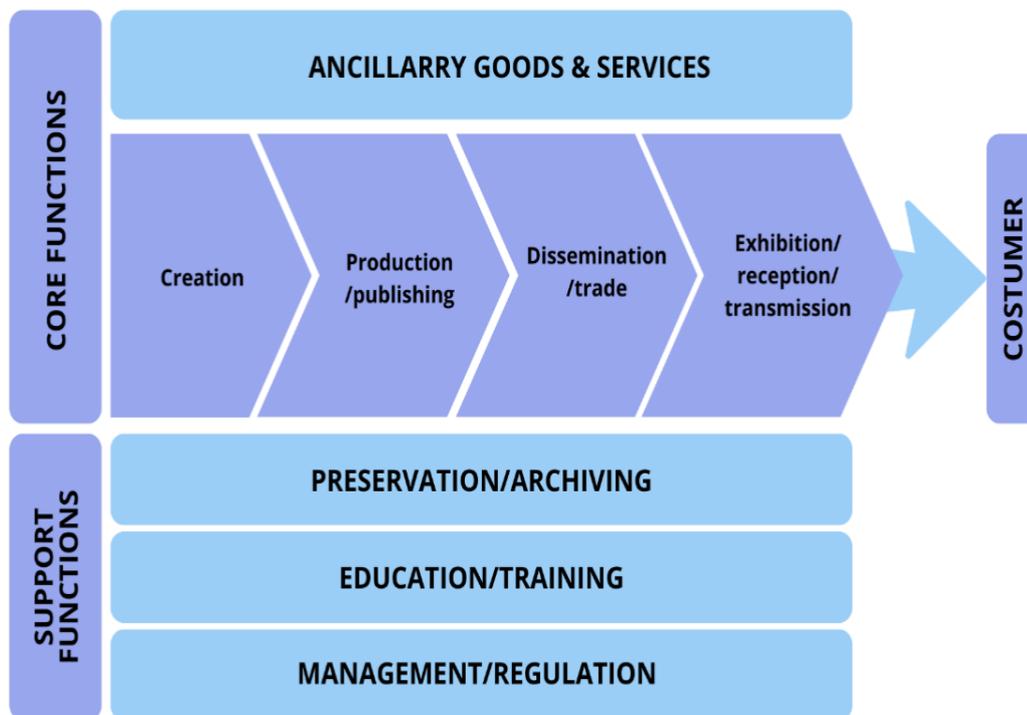
Tujuan penelitian secara khusus ditujukan untuk membahas pemetaan rantai nilai video *game* pada “PlayStation 5” oleh Sony Interactive Entertainment tahun 2020-2024 yang dianalisis menggunakan konsep Global Multimedia Value Chain meliputi fungsi utama hingga fungsi pendukung yang secara keseluruhan, melibatkan berbagai aktor lintas negara pada studi kasus “PlayStation 5”.

1.4 KERANGKA PEMIKIRAN

1.4.1 *Global Value Chain*

Global Value Chain (GVC) berkaitan erat dengan aktivitas mulai dari produksi hingga akhir yaitu ketika produk telah habis, didaur ulang yang melibatkan pemisahan pada beberapa bagian. Adanya pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan efisiensi operasional dan meningkatkan daya saing melalui kolaborasi lintas batas dalam ekosistem bisnis global (Ponte, 2019). Kolaborasi lintas negara melibatkan berbagai aktor mulai dari perusahaan, pemerintah, organisasi nonprofit atau profit hingga individu. Hasil dari kolaborasi lintas negara dengan berbagai aktor yang terjadi dapat berupa *Foreign Direct Investment* untuk pemisahan kepemilikan tidak dapat

dilakukan, dan *arm's-length relationship* untuk pemisahan kepemilikan dapat dilakukan (Gereffi, 2005).



Gambar 1. 1 *Global Creative Value Chain*

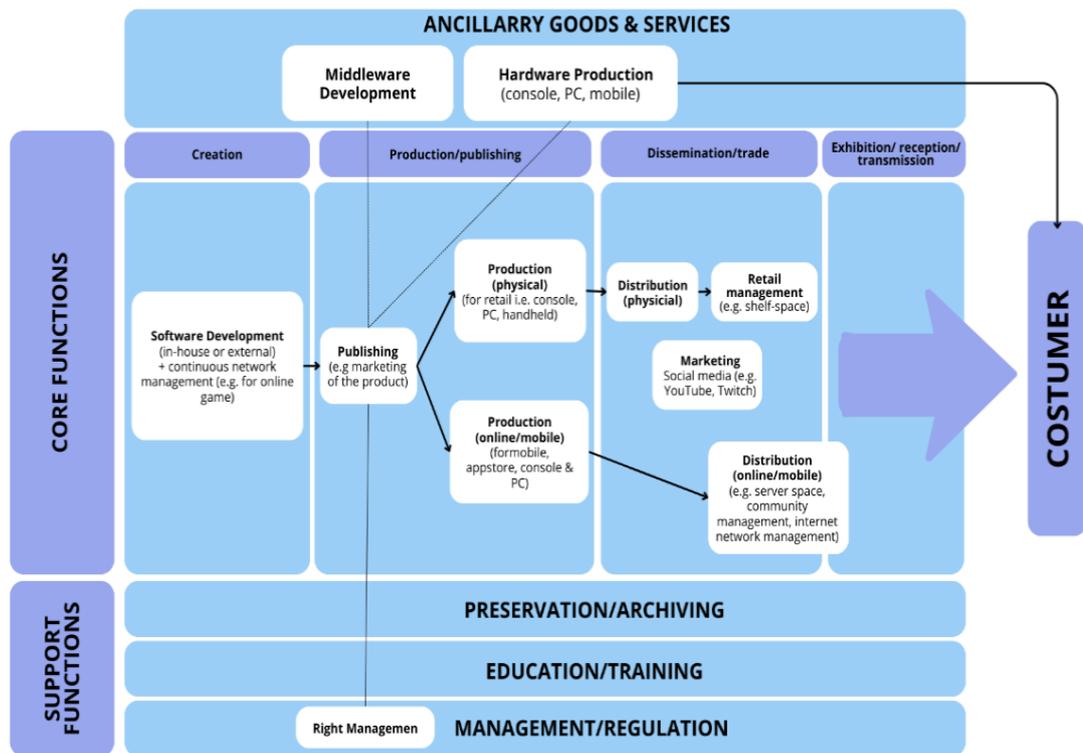
1.4.2 *Global Creative Value Chain*

Sumber: (De Voldere, 2017)

Catatan: Gambar model dibuat oleh penulis berdasarkan sumber

Global Creative Value Chain merupakan sub-bagian dari *Global Value chain*. *Global creative value chain* memiliki dua fungsi yaitu fungsi utama (*core function*), dan fungsi pendukung (*support function*). *Core function* merupakan tahap awal pembuatan produk dan *support function* merupakan fungsi pendukung secara tidak langsung untuk *core function*. *Global creative value chain* memfokuskan bagaimana industri kreatif menciptakan nilai produk melalui interaksi sosial dan budaya. Industri kreatif meliputi industri kerajinan (*crafts*),

desain (*design*), seni pertunjukan (*performing arts*), seni visual (*visual arts*), penerbitan (*publishing*), dan media dan hiburan (multimedia) (De Voldere, 2017).



Gambar 1. 2 Global Multimedia Value Chain

1.4.3 Global Multimedia Value Chain

Sumber: (De Voldere, 2017)

Catatan: Gambar model dibuat oleh penulis berdasarkan sumber

Multimedia merupakan produk yang mampu memberikan pengalaman pembelajaran atau hiburan yang imersif melalui rangsangan saluran persepsi seperti pendengaran, dan penglihatan. Produk multimedia meliputi kombinasi dengan aspek tulisan, video, grafik, suara dan fotografi. Jenis produk multimedia meliputi e-book, video, film digital, dan video *game*. Video *game* merupakan perangkat komputer yang menampilkan permainan video disertai penggunaan perangkat kendali untuk berinteraksi. Perangkat video *game* dapat berupa ponsel,

PC, dan konsol. Dalam proses produksi hingga tahap akhir, terdapat *core function* yaitu fungsi utama meliputi aktivitas kreasi, produksi, distribusi, pameran, yang melibatkan *developer*, *publisher*, dan distributor. Selanjutnya *support function* yaitu fungsi pendukung yang meliputi penyediaan fasilitas untuk mendukung seluruh proses *core function* (De Voldere, 2017).

1.4.3.1 Core function

Core function atau fungsi utama terdapat empat tahapan yaitu tahapan kreasi, produksi atau publikasi, distribusi, pameran atau transmisi. Tahapan kreasi merupakan tahapan awal yang meliputi penciptaan konten untuk menciptakan nilai produk. Tahapan kreasi fokus utamanya adalah mengembangkan ide konsep seperti penulisan narasi, latar, desain musik, gambar, dan animasi. Terdapat tiga jenis *developer* yang bertanggung jawab terhadap penciptaan dan desain *game* yaitu *developer* yang tergabung dengan *publisher*, *developer* yang tergabung dengan pemilik manufaktur *hardware*, dan *developer* independen (Tomaselli, 2008). Begitupun dengan *publisher* atau pemilik manufaktur *hardware* beberapa memiliki studio atau *developer* sendiri seperti Microsoft, Sony, sehingga tahapan kreasi dapat dilakukan secara *in-house* dan *publisher* cenderung ikut andil pada tahapan kreasi seperti dengan menyediakan kebutuhan *developer* untuk pengembangan *game* (De Voldere, 2017).

Tahapan *production/publishing* merupakan proses penerbitan produk multimedia di suatu platform untuk bisa digunakan, dimainkan oleh pengguna. Melalui platform *publisher*, *game* disajikan disertai harga produk, lisensi, *gameplay* demo untuk mendapatkan umpan balik, dan promosi. Selain itu *game* juga diperuntukan untuk perangkat keras seperti konsol PlayStation, Xbox,

Nintendo, atau pc seperti Steam, Epic *Games* menjadi pilihan bagi *developer* sehingga kolaborasi produsen perangkat keras untuk menyelaraskan spesifikasi *hardware* dengan *software* dapat terjadi

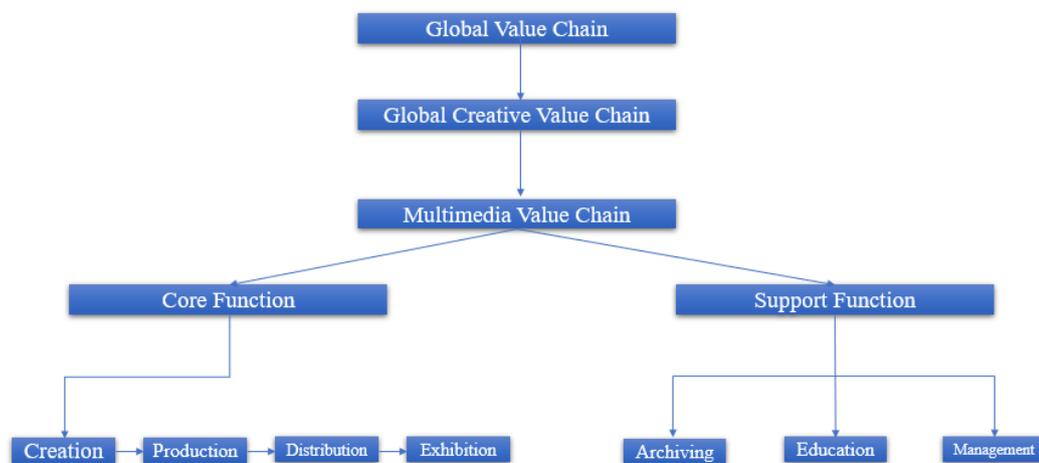
Tahapan *dissemination/trade* meliputi kegiatan distribusi dan pemasaran. Distribusi *game* dapat melalui distribusi digital dan fisik. Untuk distribusi digital dilakukan melalui aplikasi atau situs website resmi seperti steam, apple store, google play, sedangkan distribusi fisik dilakukan melalui toko resmi offline, retailer, dan toko online. Tahapan *exhibition/reception/transmission* merupakan tahapan akhir yang meliputi pameran, konser atau *launching game* untuk menyediakan pengalaman imersif bagi pemain.

1.4.3.2 Support Function

Fungsi pendukung atau support function meliputi pengarsipan atau *archiving*, edukasi/*education*, manajemen/*regulation*. *Archiving* merupakan aktivitas pengarsipan *game* yang dilakukan oleh *developer*. Untuk *developer* independen, pengarsipan dilakukan melalui platform *publisher* atau ditempat *game* didistribusikan baik secara offline, dan online. Untuk *developer* tidak independen, pengarsipan dapat dilakukan melalui jaringan, afiliasi, kerjasama dengan *publisher*. Untuk platform publikasi, contohnya Steam, Tencent Games, Sony Interactive Entertainment, Electronic Arts, dan Google Play Store. Selanjutnya *education/training*, yang berfungsi untuk meningkatkan keterampilan individu dan kelompok dalam pengembangan produknya. Dalam konteks *Global Creative Value Chain*, industri ini lebih condong membutuhkan tenaga kerja fisik yang rendah, dimana fokus perdagangan ini adalah inovasi sektor budaya dan teknologi yang membutuhkan interaktif dengan klien. *Management/regulation*

merupakan hak cipta produk. Terdapat hak cipta untuk *developer*, yaitu meliputi hak penggunaan kode program, karakter *game*, logo, musik, efek suara latar, dan narasi. Sedangkan hak cipta untuk *publisher* meliputi perlindungan *Intellectual Property* (Brian, 2014).

1.5 SINTESA PEMIKIRAN



Gambar 1. 3 Sintesa pemikiran

Sumber: Penulis

Berdasarkan gambar 1.3, sintesa pemikiran yang digunakan oleh penulis adalah Global Value Chain sebagai kerangka utama untuk analisis pemetaan rantai nilai pada konsol video *game* PlayStation 5. Dilanjut turunan dari Global Value Chain adalah Global Creative Value Chain yang berfungsi agar analisis dapat lebih spesifik yaitu ke analisa fragmentasi atau pemisahan. Konsep ini diturunkan lagi ke yang lebih spesifik yaitu Global Multimedia Value Chain. Karena Studi kasus PlayStation 5, yang merupakan produk dari industri multimedia. Konsep ini menjelaskan keterlibatan aktor lintas negara dalam berbagai proses yang mencakup *core function*, dan *support function*. *Core*

function meliputi tahapan kreasi, produksi/penerbitan, distribusi/penyebaran, eksibisi/transmisi. *Support function* meliputi tahapan pengarsipan, edukasi/pelatihan, manajemen/regulasi.

1.6 ARGUMEN UTAMA

Penulis berargumen, posisi Sony Interactive Entertainment yaitu sebagai *publisher* pada proses pembuatan “PlayStation 5” dari tahapan kreasi hingga distribusi dilakukan secara *in-house*. Pada tahapan kreasi, ada keterlibatan studio *first party* dan *third party* lintas negara pada pembuatan masing-masing *game* yang berasal dari Jepang, Inggris, Amerika, Belanda, Finlandia, Jerman, Kanada, dan China. Selanjutnya pada tahapan produksi/publikasi. Publikasi *game* milik *first party*, dan *third party* dipublikasikan melalui platform milik Sony Interactive Entertainment, yaitu PlayStation. Platform PlayStation didukung oleh infrastruktur melalui kolaborasi salah satunya dengan perusahaan Amerika, Amazon Web Service. Pada tahapan distribusi/penyebaran, Sony Interactive Entertainment melibatkan jaringan kantor cabang yang berada di benua Asia, Eropa, Amerika, Australia. Sony Interactive Entertainment juga melibatkan retailer, dan distributor di masing-masing negara. Fungsi pendukung pada bagian preservation/archiving, *game* dipublikasi di platform PlayStation untuk bisa diakses melalui PlayStation 5. Pada bagian edukasi/pelatihan, edukasi dilakukan melalui kerjasama dengan organisasi yang berasal dari Inggris dan Amerika dan beberapa lembaga formal. Selain itu Sony Interactive Entertainment juga membuka lowongan magang di berbagai divisi termasuk studio *first party*. Pada bagian management/regulation, meskipun Sony Interactive Entertainment

dinaungi oleh Sony Group, hak cipta *game first party* dimiliki oleh Sony Interactive Entertainment selaku *publisher*.

1.7 METODE PENELITIAN

1.7.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian deskriptif. Pendekatan deskriptif mampu memberikan deskripsi hasil dari suatu penelitian berdasarkan fakta yang terperinci, jelas, tanpa adanya manipulasi dan valid. Sehingga pemilihan penelitian deskriptif bertujuan untuk menjabarkan perilaku yang dilakukan oleh Sony Interactive Entertainment pada kasus “PlayStation 5” tahun 2020 – 2024 (Siyoto Sandu, 2015).

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Penulis melakukan analisis *Global Multimedia Value Chain* pada konsol video *game* “PlayStation 5” dengan menetapkan jangkauan penelitian mulai dari tahun 2020 hingga 2024. Penelitian ini menggunakan *Global Multimedia Value Chain* mulai dari tahap kreasi hingga tahapan akhir dapat dilakukan secara berurutan (Sid, 2020).

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan kegiatan pengumpulan data melalui *variable* yang tepat agar tingkat validitas dan reliabilitasnya tetap terjaga. Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, yaitu melalui berbagai sumber yang telah ada. Pada penelitian ini, data didapatkan dari data sekunder yaitu, laporan resmi seperti *annual report* Sony dan file presentasi Sony

Interactive Entertainment, jurnal seperti milik Consalvo yang berjudul *Console video games and global corporations: Creating a hybrid culture*, website resmi seperti milik Sony Interactive Entertainment, PlayStation Blog, hingga website milik *third party* seperti Epic Games, dan Amazon Web Services, rekaman video wawancara disertai skrip pada website resmi PlayStation Blog seperti pada wawancara Hermen Hulst, dan media sosial resmi seperti Instagram, Twitter, Youtube (Siyoto Sandu, 2015).

1.7.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan oleh penulis adalah analisis kualitatif. Pekerjaan kualitatif meliputi pengumpulan data, mengatur, mengurutkan, dan mengklasifikasikan data kedalam pola dalam bentuk kata dan kalimat tanpa adanya penggunaan teori secara pasti. Dalam penelitian ini, analisis kualitatif mampu menjabarkan fenomena sosial seperti kolaborasi dan kerjasama aktor selama tahapan produksi hingga tahapan akhir konsol video *game* PlayStation 5 (Siyoto Sandu, 2015).

1.7.5 Sistematika Penulisan

Terdapat empat bab pada tulisan yang berfungsi untuk menjabarkan terkait studi kasus, yaitu:

BAB I merupakan bagian awal meliputi pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, penelitian terdahulu, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, sintesa penulisan, argumen utama penulis, teknik dan metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II merupakan bagian pemetaan rantai nilai *konsol video game* PlayStation 5 melalui *core function*. *Corefunction* meliputi tahapan kreasi (*creation*), produksi/publikasi (*production/publishing*), distribusi/penyebaran(*distribution/dissemination*), dan eksibisi/transmisi (*exhibition/reception/transmission*).

BAB III merupakan bagian pembahasan *support function* dalam konsol *video game* PlayStation 5, yang meliputi bagian pengarsipan (*preservation/archiving*), edukasi/pelatihan (*education/training*), dan manajemen/regulasi (*management/regulation*).

BAB IV merupakan bagian penutup, kesimpulan, dan saran.