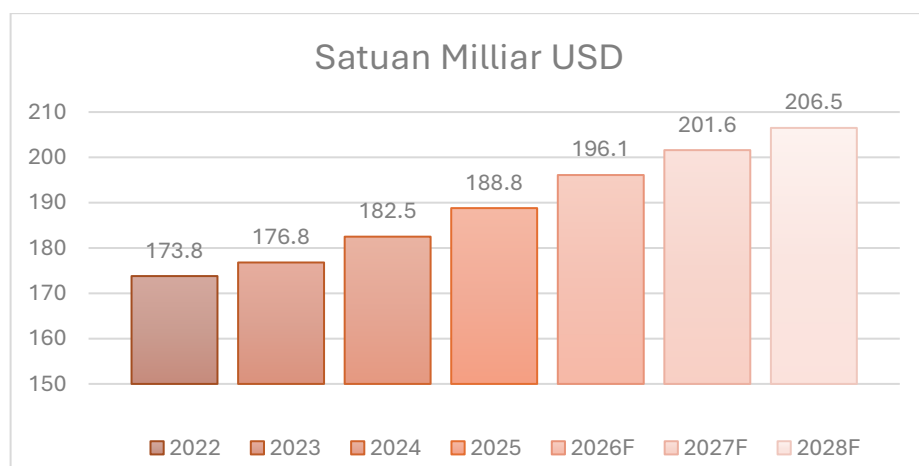


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *game* merupakan salah satu sektor industri kreatif yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini ditandai tingginya global revenue pada industri *game* dibandingkan dengan industri kreatif lain, serta mulai munculnya aktor multinational pada proses pengembangan sebuah *game*. Secara ekonomi, pasar industri *game* memiliki pertumbuhan nilai yang signifikan. Menurut data dari (Dentsu, 2024) pendapatan industri *game* global pada tahun 2024 mencapai 184 miliar dolar AS, melampaui pendapatan industri film *box office* global sebesar 33,9 miliar dolar AS dan industri musik sebesar 28,6 miliar dolar AS. Pada 2025, pendapatan global pada industri ini diperkirakan mencapai 188 miliar dolar AS dan akan terus tumbuh pada tahun selanjutnya. (Newzoo, 2025)



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Pasar *Game* Global

Sumber: Newzoo (2025)

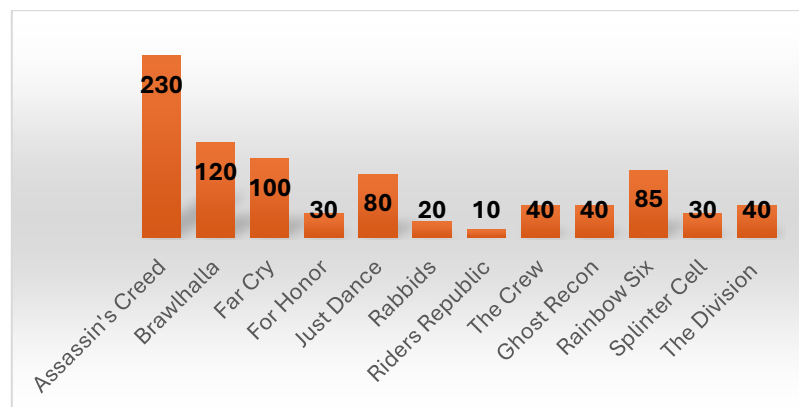
Sejalan dengan perkembangan tersebut, muncul aktor multinasional yang terlibat dalam proses pengembangan sebuah *game*. Sebagai contoh terdapat beberapa korporasi besar yang mendominasi industri game diantaranya: Tencent Holdings Ltd., Sony Interactive Entertainment, Microsoft Gaming, Electronic Arts (EA), dan Ubisoft Entertainment. Keikutsertaan korporasi besar dalam industri *game* memungkinkan terjadinya produksi sebuah *game* dilakukan secara multinasional dengan memanfaatkan *game studio* dari berbagai negara, penggunaan teknologi canggih dengan biaya pengembangan yang tinggi. Sebagai suatu produk, *game* tidak lagi diproduksi secara linear atau terpusat. Sebaliknya, produksi sebuah *game* kini didistribusikan di antara beberapa studio dan lokasi geografis, dimana perusahaan induk mengoordinasikan arah kreatif inti, sementara studio regional berkontribusi pada fungsi produksi spesifik seperti pembuatan aset, pengembangan sistem *gameplay*, pengujian teknis, dan lokalisasi (Aphra Kerr, 2017). Pola produksi terdistribusi aktor dari berbagai negara menimbulkan tingginya tingkat fragmentasi fungsional dan spasial yang menandai terbentuknya proses *Global Value Chain (GVC)* dalam industri *game*.

Dalam konteks ini, produk industri *game* terbagi menjadi beberapa segmentasi. Diantaranya yaitu *Triple A (AAA)*, *AA*, dan *indie*. Adanya segmentasi ini tidak hanya membedakan jenis *game* dari sisi ukuran perusahaan pengembang, tetapi juga mencerminkan kompleksitas produksi, struktur organisasi, serta strategi distribusi yang digunakan. *Game AAA* diidentifikasi melalui beberapa parameter utama. Pertama, besaran anggaran (*budget*) yang tinggi, baik untuk pengembangan atau pemasaran. Besaran budget pada *game AAA* umumnya mencapai angka

puluhan hingga ratusan juta dolar (Diaczok & Tronier, 2019). Kedua, skala produksi yang melibatkan tim besar lintas disiplin dan seringkali tersebar secara global dalam berbagai studio (Aphra Kerr, 2017). Ketiga, tingkat kompleksitas dan scope permainan, yang meliputi dunia permainan yang luas, narasi yang mendalam, serta sistem *gameplay* yang kompleks. (Smith, 2020). Selain itu, durasi permainan (playtime) juga menjadi indikator penting dalam membedakan *game* AAA dan non AAA. *Game* AAA umumnya menawarkan pengalaman bermain yang panjang dengan berbagai konten tambahan seperti side quest, ekspansi, dan downloadable content (DLC) yang memperluas keterlibatan pemain dengan durasi permainan 20 hingga lebih dari 100 jam (Antonin Pytela, 2025). Sebaliknya *game non AAA* seperti *game AA* ataupun *game indie* cenderung memiliki skala produksi yang lebih kecil, anggaran yang terbatas, serta tim pengembang yang lebih sedikit.

Setelah segmentasi berdasarkan skala produksi ditentukan, klasifikasi game kemudian dilanjutkan ke dalam kategori genre. terdapat setidaknya 8 genre paling umum untuk *segmentasi game AAA* diantaranya *Fighting*, *Action*, *Sports & Racing*, *Music & Party*, *Adventure*, *Casual*, *Strategy*, dan *Role Playing Game (RPG)*. *Game* dengan genre *action* menjadi *game* dengan genre paling diminati saat ini. Genre *action* memiliki ciri *gameplay* yang serba cepat, intensif dan memiliki alur cerita yang mendalam. Beberapa judul *game action* seperti “*Call of Duty*,” “*Assassin’s Creed*,” dan “*Grand Theft Auto*” secara konsisten mendominasi pasar dengan pengalaman intensif disertai visual yang imersif. Permintaan yang terus meningkat pada genre *action* akan terus mendorong pertumbuhan pasar dengan semakin banyaknya inovasi dari para pengembang pada aspek mekanisme dan narasi *game*

(GameTree & John Uke, 2024). Ubisoft merupakan salah satu pengembang internasional yang sering mengembangkan *game AAA* dengan genre *action* dengan penjualan yang cukup tinggi. Terdapat beberapa waralaba yang dikembangkan oleh Ubisoft diantaranya: Assassin's Creed, FarCry, Rainbow 6, Ghost Recon, Anno, The Division, Watch Dogs, Star Wars Outlaws, Avatar: Frontiers of Pandora, The Crew, Prince of Persia, For Honor, Splinter Cell, Might & Magic. Waralaba Assassin's Creed menjadi waralaba dengan penjualan terbanyak oleh pengembang Ubisoft (Icy Veins, 2025). Assassin's Creed juga masuk kedalam 10 waralaba dengan unit penjualan terbanyak sepanjang masa (Statista Research Department, 2025).



Gambar 1.2 Total Penjualan Waralaba *Game* oleh pengembang Ubisoft (dalam satuan juta)

Sumber: Statista Research Department (2025)

Catatan: Grafik diolah oleh penulis berdasarkan sumber di atas

Assassin's Creed Shadows merupakan salah satu *game AAA* rilisan pengembang Ubisoft dengan genre *action* dan *role playing game (rpg)*. Assassin's Creed Shadows dirilis pada 20 maret 2025 dan merupakan seri ke 14 dari waralaba Assassins's Creed yang pertama kali dirilis pada tahun 2007. Secara garis besar,

waralaba *Assassin's Creed* dikenal dengan membawa alur cerita historis fiktional dengan menggunakan pembunuh bayaran sebagai protagonis utama untuk berjuang melawan kelompok Templar guna mengungkap konspirasi di berbagai zaman pada latar sejarah dunia. Pada *Assassin's Creed Shadows*, Ubisoft membawa pemain ke dalam latar sejarah Jepang era *Sengoku* pada tahun 1579. Dalam *Assassin's Creed Shadows*, pemain memerankan dua tokoh protagonis utama yaitu Naoe dan Yasuke. Perpaduan kedua karakter ini berkembang sejalan dengan alur misi dan cerita dalam *game* (IGN, 2024). Alur cerita yang dipadukan dengan mekanisme yang menarik ini membawa *Assassin's Creed Shadow* masuk kedalam peringkat *Gold* di *Best of 2025 Game By Revenue* pada platform *Steam* (*Steam*, 2025) dengan total pendapatan kotor sejumlah 82.874.109 USD (Statista Research Department, 2025).

Secara teknis *Assassin's Creed Shadows* dikembangkan oleh Ubisoft Quebec (Canada) sebagai studio utama yang dibantu oleh lebih dari 15 studio Ubisoft yang tersebar berbagai wilayah di dunia, seperti Ubisoft Barcelona (Spanyol), Ubisoft Belgrade (Serbia), Ubisoft Bordeaux (Prancis), serta studio lainnya dalam jaringan pengembang Ubisoft. *Assassin's Creed Shadows* menghadirkan fitur seperti *dynamic weather* dan *adaptive environment* yang diterapkan menggunakan *anvil next engine* yang dikembangkan oleh Ubisoft Montreal dan secara konsisten digunakan dalam waralaba *Assassin's Creed*. Kolaborasi antar studio Ubisoft tidak berhenti pada penggunaan *game engine* saja, tetapi juga pada berbagai aspek kreatif dan teknis lainnya dalam proses penciptaan nilai pada produk *game* tersebut. Model produksi ini menunjukkan adanya fragmentasi proses produksi lintas batas negara dalam satu naungan korporasi global. Fragmentasi produksi pada pengembangan

game AAA tahun 2025 juga terlihat pada beberapa judul lain seperti *Monster Hunter Wild* (Capcom), *Battlefield 6* (Electronic Arts), *Expedition 33* (Kepler Interactive), dan *Ghost of Yotei* (Sony Interactive Entertainment). Namun demikian, model produksi *Assassin's Creed Shadows* menunjukkan tingkat keterlibatan studio lintas negara yang sangat luas dalam satu proyek terintegrasi.

Tabel 1.1 Fragmentasi Produksi *Game* Triple A yang rilis pada tahun 2025

Judul Game	Penerbit	Studio yang terlibat	Keterangan Model Produksi	Sumber
Monster Hunter Wild	Capcom	Capcom (Jepang)	<i>In House Production</i> terbagi banyak divisi oleh tim <i>Capcom</i> dan pekerja lepas	Siliconera (2024)
Battlefield 6	Electronic Arts	Criterion (Inggris), Dice (Swedia), Ripple Effect (Amerika Serikat), Motive (Kanada)	<i>Subsidiary Studio Production</i> dari Electronic Arts untuk proyek Battlefield	Electronic Arts (2025)
Expedition 33	Kepler Interactive	Sandfall Interactive (Prancis)	<i>In house Production</i> dibantu oleh pekerja lepas	Sandfall Interactive (2025)
Ghost of Yotei	Sony Interactive Entertainment	Sucker Punch Production (Amerika Serikat)	<i>In house Production</i> dibantu oleh pekerja lepas	Sucker Punch (2025)
Assassin's Creed Shadows	Ubisoft Entertainment	Ubisoft Quebec (Kanada), Ubisoft Barcelona (Spanyol), Ubisoft Belgrade (Serbia), Ubisoft	<i>Subsidiary In House Studio</i> dari berbagai wilayah dalam naungan pengembang Ubisoft Studio	Ubisoft (2025)

		Bordeaux (Prancis), dan lebih dari 10 studio Ubisoft lain		
--	--	---	--	--

Sumber: Siliconera (2024), Electronic Arts (2025), Sandfall Interactive (2025), Sucker Punch (2025), Ubisoft (2025)

Catatan: Tabel diolah oleh penulis berdasarkan sumber di atas

Penelitian ini akan lebih jauh membahas mengenai fragmentasi produksi dari pengembangan *game* Assassin's Creed Shadows oleh studio pengembang Ubisoft secara lintas negara pada bagian lain secara utuh. Sebagai acuan, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan industri *game* serta kerangka *Global Value Chain (GVC)*. Penelitian pertama dengan judul "Analisis pemetaan *Global Multimedia Value Chain: Studi Kasus "Playstation 5" Oleh Sony Interactive Entertainment Tahun 2020-2024"* menganalisis *Global Multimedia value Chain (GMVC)* untuk memetakan keterlibatan aktor lintas negara pada produksi perangkat keras playstation 5. Penelitian ini menunjukkan manufaktur global yang diinisiasi oleh Sony sebagai Lead Firm dengan melakukan koordinasi jaringan produksi komponen, perakitan, dan distribusi internasional. Secara utuh penelitian ini memberikan pemetaan yang jelas dari berbagai fase produksi dan aktor dalam *core function (creation, production, dissemination, exhibition)* dan *support function (regulation, management)*. Namun penelitian ini belum membahas mengenai nilai kreatif dalam pembuatan perangkat lunak berupa *game* dengan penambahan nilai kreatif terlebih pada produksi *game* dengan segmentasi AAA. Selain itu, pada produksi perangkat keras playstation 5 banyak membahas pola kolaborasi dengan pengembang studio *game* lain yang secara

hierarki tidak selalu dibawah oleh Sony Entertainment kecuali melalui proses akuisisi. Berbeda dengan Assassin's Creed Shadows yang merupakan perangkat lunak yang dikembangkan oleh beberapa studio dibawah naungan Ubisoft. Perbedaan ini menjadikan kasus Assassin's Creed Shadows memerlukan analisis tersendiri dalam konteks *Global Multimedia Value Chain* pada produk perangkat lunak (Rafael Octava Brilliante, 2025).

Penelitian kedua dengan judul "Analisis Pemetaan *Global Multimedia Value Chain*: Studi Kasus Elden Ring (2017–2022)" menganalisis kolaborasi lintas negara antara *FromSoftware* dan melalui kerangka *Creative Value Chain (CVC)* dalam produksi *game* Elden Ring. Penelitian ini berhasil memetakan tahapan *creation* hingga *exhibition* serta menunjukkan bagaimana integrasi teknologi dan distribusi global membentuk nilai kreatif dalam industri *game AAA*. Namun, penelitian ini menganalisis studio independen skala menengah dengan model produksi *in house outsourcing*, bukan pengembang korporasi multinasional dengan sistem fragmentasi terintegrasi seperti Ubisoft. Selain itu peneliti juga cenderung menitik beratkan penciptaan value hanya pada perseorangan tanpa memetakan afiliasi studio yang terlibat dalam proses pengembangan *game* Elden Ring. Perbedaan ini menjadikan kasus Assassin's Creed Shadows memerlukan analisis tersendiri untuk memahami dinamika rantai nilai dalam konteks studio pengembang besar dan sistem produksi fragmentatif yang terbagi menjadi banyak studio pengembang. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk melengkapi kekosongan tersebut terkhusus pada bagian pola pemetaan afiliasi studio pengembang serta dampaknya pada pola pengembanagn *game AAA* pada kolaborasi studio

pengembang melalui pendekatan studi kasus “ Assassin’s Creed Shadows” pada tahun 2021-2025 (Vania Elita Dewi, 2025).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta tinjauan pustaka yang sudah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemetaan *Global Multimedia Value Chain* pada Assassin’s Creed Shadow pada tahun 2021-2025?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini secara umum disusun sebagai bagian dari pemenuhan persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah menjelaskan pemetaan rantai nilai pada *game* Assassin’s Creed Shadows dalam periode tahun 2021-2025. Penelitian ini berfokus pada analisis tahapan pembentukan dan transformasi nilai Assassin’s Creed Shadows, mulai dari proses kreasi hingga distribusinya kepada konsumen, dengan menggunakan kerangka *Global Multimedia Value Chain (GMVC)*. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji peran studio Ubisoft dalam penggunaan sistem fragmentasi aktor produksi lintas negara.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 *Global Value Chain*

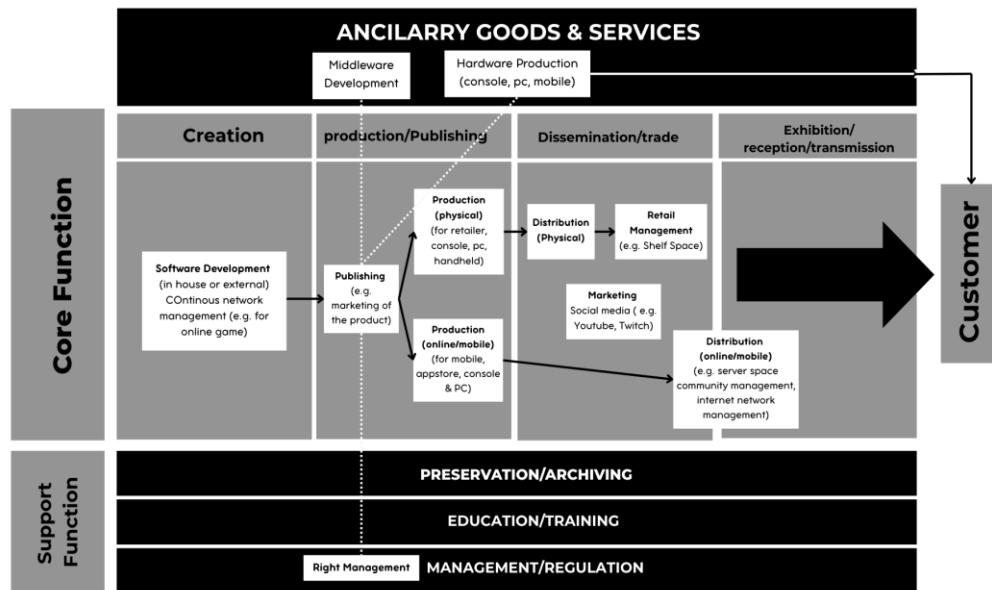
Global Value Chain (GVC) atau rantai nilai global merupakan jaringan produksi internasional Dimana proses pembuatan barang dan jasa terbagi ke berbagai negara. Setiap tahapan yang dimulai dari desain, pembuatan komponen serta distribusi dilakukan di lokasi yang berbeda sesuai keunggulan masing masing negara (Baldwin, 2011). Konsep *GVC* menjelaskan bagaimana aktivitas ekonomi yang menciptakan nilai suatu produk terhubung secara lintas negara dalam sistem produksi global. Menurut (Gereffi et al., 2005) *Global Value Chain (GVC)* mencakup keseluruhan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan tenaga kerja untuk membawa produk dari tahap perencanaan hingga ke tangan konsumen, termasuk layanan pascapenjualan. Mereka menekankan bahwa *GVC* tidak hanya berkaitan dengan pembagian proses produksi di berbagai negara, tetapi juga dengan tata kelola (*governance*) yang menentukan hubungan dan kekuasaan antar pelaku ekonomi global. Bentuk tata kelola ini dapat bersifat hierarkis, modular, atau relasional tergantung pada tingkat kompleksitas, kemampuan teknologi, dan kepercayaan antara perusahaan utama (*lead firms*) dan pemasok. Dengan demikian, *GVC* dapat dipahami sebagai sistem ekonomi internasional yang menjelaskan bagaimana nilai diciptakan, dialirkan, dan dikendalikan melalui hubungan lintas negara. Dalam kerangka ini, Gereffi memberikan kontribusi penting dengan menyoroti dua aspek utama, yaitu *governance* dan *upgrading*. Aspek *governance* menjelaskan siapa yang memegang kendali dalam *GVC* dan bagaimana standar produksi serta teknologi diterapkan antar pelaku, sedangkan *upgrading* berfokus

pada strategi peningkatan kapabilitas untuk memperoleh nilai tambah yang lebih tinggi.

1.4.2 *Global Creative Value Chain*

Global Creative Value Chain merupakan sub sektor dari kerangka *Global Value Chain (GVC)* yang terkhusus membahas mengenai rantai nilai yang menghasilkan produk kreatif. Kerangka ini digunakan untuk memahami interaksi antaraktor dalam industri kreatif serta kontribusinya terhadap proses penciptaan nilai kreatif. Cakupan industrinya meliputi seni visual, seni pertunjukan, media dan hiburan, desain, penerbitan, fesyen, dan kerajinan tangan. Menurut (De Voldere et al., 2017), *Global Creative Value Chain* merujuk pada aktivitas yang terjadi dalam sektor kreatif serta budaya, mulai dari proses penciptaan sebuah ide hingga pelestarian sebuah karya. Kerangka ini memberikan penegasan bahwa nilai ekonomi dan budaya dari sebuah produk kreatif tidak hanya muncul pada tahap penciptaannya saja tetapi juga terdapat tahapan lain yang meliputi proses daur hidupnya. De Voldere membagi kerangka *Global Creative Value Chain* ke dalam dua fungsi, yaitu *core function* dan *support function*. *Core function* merujuk pada aktivitas produksi konten yang secara langsung menghasilkan nilai dalam produk kreatif. Adapun *support function* mencakup kegiatan pendukung yang tidak menambah value secara langsung, tetapi memastikan *core function* dapat berjalan secara optimal.

1.4.3 Global Multimedia Value Chain



Gambar 1.3 Multimedia Value Chain

Sumber : (De Voldere et al., 2017)

Catatan : Gambar diilustrasikan ulang oleh penulis sesuai dengan sumber.

Multimedia merupakan integrasi berbagai bentuk media seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi yang digunakan secara bersamaan untuk menyampaikan informasi atau menciptakan pengalaman interaktif melalui platform digital (Tay Vaughan, 2014). Perkembangan digitalisasi serta globalisasi mengubah karakter produksi serta distribusi pada produk multimedia, sehingga proses penciptaan sebuah produk multimedia tidak lagi bersifat linear dan terbatas pada satu wilayah geografis. Dalam konteks ini kerangka Creative Value Chain memiliki keterbatasan ketika diterapkan pada produk multimedia. Untuk menjawab keterbatasan tersebut De Voldere mengembangkan konsep *Global Multimedia*

Value Chain (GMVC). Voldere membagi konsep *GMVC* menjadi dua komponen utama, yaitu *core function* dan *support function* (De Voldere et al., 2017).

1.4.3.1 Core Function

Menurut De Voldere *core function* dalam kerangka *Global Multimedia Value Chain (GMVC)* diartikan sebagai fungsi yang memberi nilai inti dalam sebuah penciptaan produk multimedia. Core function terdiri dari empat tahapan utama yaitu: *creation* (kreasi), *production or publishing* (produksi atau penerbitan), *distribution or trade* (distribusi atau penyebaran), serta *exhibition or reception or transmission* (eksibisi, resepsi, atau transmisi). Tahapan *creation* merupakan tonggak awal pengembangan visi dalam pembuatan sebuah game. Tahapan *creation* secara umum akan menghasilkan visi mengenai narasi *game*, *gameplay*, arahan visual, desain karakter, arahan musik serta model eksekusi dalam pemrograman yang akan dilaksanakan pada tahapan selanjutnya. Tahapan berikutnya adalah *production or publishing*, kegiatan ini merupakan proses dimana konsep, visi, dan arahan yang telah dibuat direalisasikan menjadi sebuah produk jadi. Dalam prosesnya, tahapan ini melibatkan penggunaan teknologi, perangkat lunak, serta tenaga profesional untuk memastikan hasilnya sesuai dengan standar kualitas dan visi kreatif yang sudah direncanakan (De Voldere et al., 2017).

Tahap selanjutnya adalah *dissemination or trade*, pada tahapan ini terdapat tiga aspek utama yang harus dilakukan yaitu *distribution* (distribusi), *marketing* (pemasaran), dan *retail management* (manajemen retail). Pada tahap ini, produk *game* yang siap dikonsumsi akan disalurkan melalui platform resmi baik secara fisik maupun digital. Secara fisik, *game* umumnya didistribusikan berbentuk kaset

melalui toko *game* maupun *online marketplace* seperti Amazon. secara digital, *game* disalurkan melalui *platform* daring seperti situs resmi pengembang *game* maupun pihak seperti *platform game* lain. Tahapan akhir dari komponen *core function* adalah *exhibition* (eksibisi), *reception* (penerimaan) or *transmission* (transmisi). Tahapan ini berfokus pada pengalaman serta penerimaan pemain terhadap produk *game*. Proses ini menunjang konsumen untuk lebih dalam mengenal *game* melalui pengalaman lebih dalam menikmati *game* yang sudah dirilis berupa festival *game*, pameran *game*, acara komunitas *game*, maupun siaran langsung yang dilakukan oleh pihak pengembang maupun pihak ketiga seperti event *game* tahunan. Tahapan ini akan melibatkan konsumen untuk berinteraksi dengan pengembang, komunitas dan sesama penikmat secara langsung (De Voldere et al., 2017).

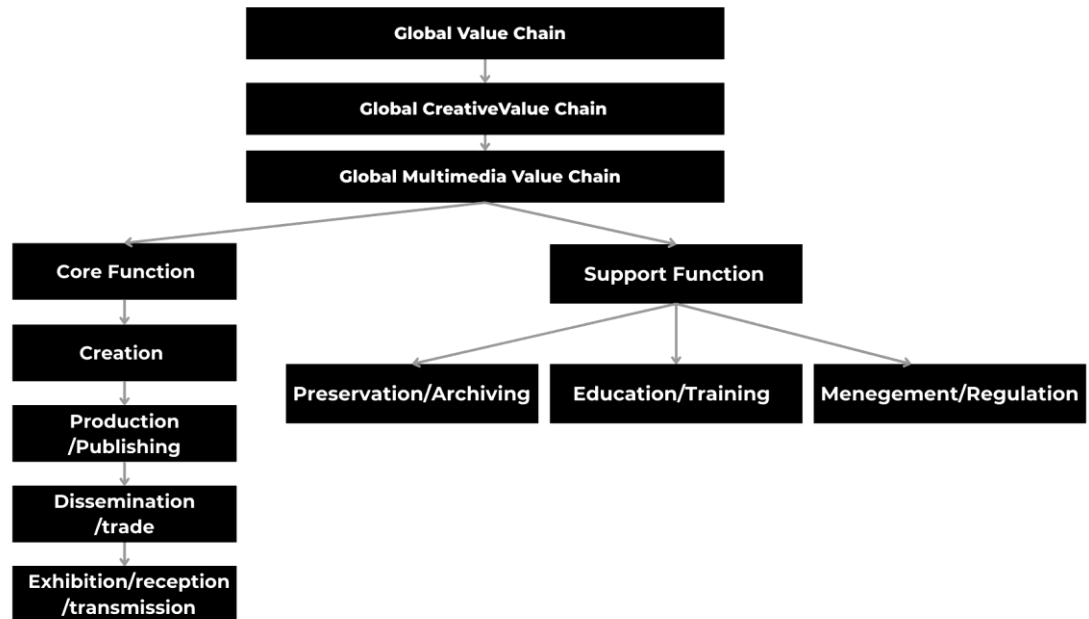
1.4.3.2 Support Function

Menurut De voldere *support function* mencakup aktivitas yang tidak secara langsung menghasilkan nilai kreatif, namun memiliki peran penting untuk mendukung *core function* agar berjalan secara efisien dan efektif. Terdapat tiga komponen utama pada *support function* diantaranya yaitu *preservation or archiving* (penyimpanan atau pengarsipan), *education or training* (pendidikan atau pelatihan), dan *management or regulation* (manajemen dan regulasi). Kegiatan penyimpanan dan pengarsipan dalam sebuah produk *game* dilakukan untuk menjaga kelestarian produk sebagai aset multimedia. Kegiatan ini dilakukan oleh pengembang serta platform distribusi. Umumnya pengembang akan menyediakan *website* atau laman resmi di sosial media untuk mendokumentasikan proses yang terjadi dalam daur

hidup sebuah produk *game*. Di sisi lain, pihak ketiga umumnya hanya menyediakan *platform* untuk komunitas agar saling berinteraksi secara aktif antar pemain untuk mendokumentasikan proses konsumsi maupun diskusi mengenai pengalaman bermain dengan format forum terbuka (De Voldere et al., 2017).

Tahapan lainnya adalah pendidikan dan pelatihan. Tahapan ini berfokus pada kompetensi dan keberlangsungan sumber daya manusia serta aktor yang terlibat dalam pengembangan sebuah *game*. Pengembangan kapasitas ini dilakukan oleh tim pengembang untuk selalu memberikan kebaruan baik dari segi kreatif maupun teknis untuk mengikuti atau melebihi standar pasar. Komponen lainnya yaitu manajemen dan regulasi, yang mencakup pengelolaan hak kekayaan intelektual, hak cipta, serta kepatuhan terhadap regulasi yang ada dalam mengatur distribusi serta kepemilikan *game*. Secara umum hak cipta dan kekayaan intelektual dibagi menjadi dua kategori diantaranya hak cipta yang dimiliki oleh pengembang *game* serta penerbit (De Voldere et al., 2017).

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1.4 Bagan Sintesa

Sumber: Penulis

Berdasarkan sintesa pemikiran, penelitian ini menggunakan konsep *Global Value Chain (GVC)* sebagai kerangka utama untuk melakukan analisis pemetaan rantai nilai dalam *game Assassin's Creed Shadows*. Untuk memastikan relevansinya dalam bahasan yang lebih spesifik, penelitian ini mengadopsi konsep turunan dari *GVC* yang relevan dengan konteks industri kreatif, yaitu *Global Creative Value Chain (GCVC)*. Konsep ini memiliki keterbatasan dalam memetakan industri kreatif yang sudah terdigitalisasi sehingga perlu adanya pengerucutan konsep untuk kerangka yang lebih spesifik yaitu *Global Multimedia Value Chain (GMVC)*. *GMVC* digunakan untuk menelusuri pemetaan fragmentasi dalam setiap proses produksi sebuah *game*, mulai dari proses proses kreasi hingga

distribusi. Dalam kerangka *GMVC*, terdapat dua fungsi utama yaitu *core function* dan *support function*. *Core function* mencakup empat tahapan utama diantaranya: (1) *creation*, (2) *production or publishing*, (3) *distribution or trade*, (4) *exhibition or reception or transmission*. Selain itu juga mencakup fungsi lain yaitu *support function* yang terdiri dari tiga komponen pendukung berupa: (1) *preservation or archiving*, (2) *education or training*, dan (3) *management or regulation*. Struktur kerangka ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam untuk memetakan proses penciptaan nilai dalam sebuah produk *game*, termasuk keterlibatan berbagai aktor di dalamnya.

1.6 Argumen Utama

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa tidak semua *game* memiliki tingkat kompleksitas produksi yang sama, sehingga membutuhkan pendekatan analisis yang berbeda. Dalam konteks ini, *Assassins's Creed Shadows* dikategorikan sebagai *game AAA* berdasarkan parameter utama seperti besaran anggaran produksi yang tinggi, keterlibatan multi studio global, kompleksitas gamplay dan narasi, serta strategi distribusi internasional yang luas. Pengembangan *game* ini mencerminkan model *Global Multimedia Value Chain (GMVC)* yang relevan dengan Ubisoft Quebec sebagai pengembang utama yang menghubungkan lebih dari lima belas studio Ubisoft lain dari Amerika utara, Eropa dan Asia. pada *core function* tahap *creation*, penentuan visi awal *game* dipimpin oleh Ubisoft Quebec (Canada). Ubisoft Quebec dibantu oleh beberapa studio Ubisoft lain seperti Ubisoft Tokyo, Ubisoft Montreal, dan Ubisoft Montpellier untuk merancang arahan cerita, sinematik, *worldbuilding*, *audio* dan *visual*. Pada tahapan

production, koordinasi produksi pada Ubisoft Quebec yang dibantu untuk merealisasikan visinya menggunakan *game engine* Anvil Next 2.0 yang dikerjakan oleh Ubisoft Singapore, Ubisoft Bucharest dan Ubisoft Pune. Pada tahap *Dissemination or trade*, promosi global dikoordinasikan Ubisoft Quebec dengan Ubisoft Paris dan Ubisoft San Francisco melalui program *creator partnership* dan *influencer marketing*. *Game* kemudian memasuki tahapan distribusi secara digital dalam kerjasama dengan berbagai *platform* seperti Playstation Network, Steam, Epic Games, dan Ubisoft Connect serta distribusi fisik melalui jaringan ritel global seperti Amazon, Micromania, dan Gamestop. Pada tahapan *exhibition*, Assassin's Creed Shadows diperkenalkan Ubisoft melalui acara tahunannya yaitu Ubisoft Forward yang dikelola langsung oleh Ubisoft Global Events di Paris. *Media preview* dan liputan pers dilakukan oleh divisi *public relation and press* dari Ubisoft San Francisco melalui kerjasama dengan media *game* internasional seperti IGN dan Gamespot serta media *game* lain dan kreator Youtube, kreator Twitch guna menjangkau interaksi dengan individu global yang lebih luas.

Selain *core function*, pengembangan Assassin's Creed Shadows juga didukung oleh *support function*. Pada komponen *education or training*, Ubisoft memberikan pelatihan sejarah Jepang dan seni bela diri kepada tim pengembang dan aktor *motion capture*. Pada komponen *preservation or archiving*, Ubisoft membangun *database* penelitian sejarah yang kemudian diintegrasikan ke dalam fitur *cultural discovery codex* dalam *game*. Pada komponen *management or regulation*, Ubisoft Global Legal mengelola perlindungan hak kekayaan intelektual dan hak cipta serta menangani isu representasi budaya dan lisensi produk.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penulis menerapkan pendekatan penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, serta memberikan pemahaman menyeluruh mengenai suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Tipe penelitian ini dipilih untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai siapa, dimana, kapan, dan bagaimana. Sumber data yang digunakan dalam penelitian *Global Multimedia Value Chain* pada *game* Assassin's Creed Shadows adalah sumber data sekunder.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Penulis memberikan limitasi mengenai jangkauan dalam analisis pemetaan *Global Multimedia Value Chain* pada *game* Assassin's Creed Shadows terbatas pada tahun 2021-2025. Jangkauan waktu penelitian dimulai pada tahun 2021, yang mana Ubisoft Quebec mulai mengerjakan pengembangan *game* Assassin's Creed Shadows, Tahun penelitian diakhiri pada tahun 2025, yang didasarkan atas ekshibisi terkhusus untuk Assassin's Creed Shadows terbaru dilaksanakan.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui pengumpulan studi literatur dengan memanfaatkan sumber data sekunder. Studi literatur merupakan bagian penting dari proses penelitian yang melibatkan pengumpulan dan penelaahan berbagai sumber tertulis untuk memperoleh pemahaman terhadap topik yang dikaji. Sumber data sekunder sendiri diartikan sebagai data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain di luar instansi yang diteliti. Studi literatur

melalui data sekunder penelitian ini diperoleh dari laman resmi Ubisoft, laman komunitas *game* Assassin's Creed Shadows, dan sosial media resmi Assassin's Creed (X, Instagram, Tiktok, Youtube), kemudian situs komunitas Assassins's Creed Shadows, kanal berita, dan situs eksternal yang memiliki kerjasama dengan Ubisoft dalam *game* Assassin's Creed Shadows (John W. Creswell, 2014).

Tabel 1.2 Sumber Data Penelitian

No	Jenis Data	Sumber Data
1	<i>Core Function</i>	Situs Resmi: Ubisoft, Ubisoft Quebec Komunitas: Steam Community, Gamespot, IGN, WikiFandom
2	<i>Support Function</i>	Media Sosial: Youtube, X, Tiktok, Instagram

Sumber: Penulis

1.7.4 Teknik Analisis Data

Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif. Proses analisi kualitatif merupakan proses analisis yang dilakukan secara berkelanjutan sejak data dikumpulkan hingga diperoleh kesimpulan melalui tiga tahapan utama yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian kualitatif mengacu pada kerangka *Global Multimedia Value Chain (GMVC)* untuk memahami alur nilai yang terbentuk dalam pengembangan Assassin's Creed Shadows. Melalui pendekatan ini, penulis menganalisis data secara mendalam untuk memetakan fragmentasi dan fungsi sejak tahap kreasi hingga manajemen dan regulasi pada *game* Assassin's Creed Shadows. Pendekatan kualitatif membantu menafsirkan makna dibalik setiap proses tersebut, guna menghasilkan pemahaman

komprehensif mengenai hubungan antar aktor dan dinamika persebarannya dalam rantai nilai multimedia global.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi menjadi empat bab untuk memberikan penjelasan mengenai Analisis Pemetaan *Global Multimedia Value Chain*: Studi Kasus Assassin's Creed Shadows. Berikut gambaran isi pada tiap bab:

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

BAB II merupakan bagian analisis *Global Multimedia Value Chain* pada *Core Function* dalam game Assassin's Creed Shadows yang meliputi empat tahapan: *creation, production/publishing, distribution/dissemination, dan exhibition/reception/ transmission.*

BAB III merupakan bagian Analisis *Global Multimedia Value Chain* pada *Support Function* dalam game Assassin's Creed Shadows yang meliputi tiga komponen pendukung: *preservation/archiving, education/training, dan management/regulation.*

BAB IV merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada BAB I hingga BAB III, yang sekaligus menjadi refleksi akhir terhadap temuan penelitian ini.