

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa proses produksi dan distribusi *game* “Arknights” yang berawal dengan Hypergryph lalu dipublikasikan secara global oleh Yostar mencerminkan struktur rantai nilai yang kompleks, terfragmentasi, dan bersifat lintas negara. Melalui pendekatan *Global Multimedia Value Chain*, dapat dipahami bahwa penciptaan nilai dalam industri *game* yang melibatkan integrasi ke berbagai fungsi utama (*core functions*) dan fungsi pendukung (*support functions*) yang saling terkait. Terutama pada tahap *core functions*, Hypergryph berperan sebagai aktor utama dalam merancang konsep, narasi, desain karakter, serta identitas visual dan audio “Arknights”. Selain itu, tahapan ini juga menggambarkan bagaimana proses kerja sama antara 2 perusahaan, yaitu Hypergryph dan Yostar, dalam pengembangan *game* “Arknights”.

Implementasi dari konsep *global multimedia value chain* ditunjukkan dari bagaimana “Arknights” tidak hanya dikembangkan oleh perusahaan lokal. Meskipun *game* “Arknights” merupakan *game* yang berbasis di Tiongkok, *game* “Arknights” menunjukkan bahwa pada akhirnya dapat tersedia secara global. Proses awal pembuatan hingga akhir dari *game* “Arknights” juga menunjukkan bahwa terdapat banyak aktor-aktor luar yang ikut terlibat, seperti komposer, ilustrator, hingga *publisher* yang bekerja dengan Hypergryph.

Pada tahap *support function*, strategi pemasaran dan distribusi yang dilakukan oleh kedua perusahaan menunjukkan pendekatan yang terintegrasi antara produksi konten kreatif dan adaptasi pasar. Yostar berperan dalam menjalankan kampanye pemasaran multibahasa dan pengelolaan komunitas global, sementara Hypergryph mendukung melalui produksi materi promosi dan pengembangan identitas *brand*. Proses ini menunjukkan bagaimana “Arknights” secara identitas tetap terbangun dan terhubung secara berkepanjangan ke para pemain dan komunitasnya. Selain itu, pameran dari *game* “Arknights” memperlihatkan bagaimana nilai “Arknights” diperluas melalui berbagai aktivitas di luar *gameplay*, seperti partisipasi dalam event internasional (AnimeExpo), konser musik (Ambience Synesthesia), serta kegiatan komunitas yang meningkatkan keterlibatan pemain, serta membuka peluang monetisasi tambahan melalui merchandise dan produk turunan lainnya.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan baik untuk pengembangan akademik maupun praktik industri. Dari sisi akademik, penelitian ini masih terbatas pada analisis berbasis data sekunder, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan yang lebih mendalam, seperti wawancara langsung dengan pengembang, penerbit, atau kreator yang terlibat dalam produksi “Arknights”. Hal ini akan memberikan perspektif yang lebih komprehensif terkait dinamika internal dalam rantai nilai.

Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan analisis komparatif dengan *game* lain yang memiliki model produksi serupa, seperti *game*

berbasis *gacha* dari perusahaan lain, dengan tujuan memperkuat generalisasi temuan. Pendekatan kuantitatif juga dapat dipertimbangkan, misalnya dengan menganalisis data pengguna, pendapatan, atau efektivitas strategi pemasaran dalam kaitannya dengan rantai nilai global. Dari sisi praktis, bagi pengembang *game*, penting untuk mempertahankan model kolaborasi lintas negara yang telah terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saing global. Namun demikian, koordinasi antar aktor perlu terus ditingkatkan untuk menghindari potensi kendala dalam komunikasi dan integrasi produksi. Selain itu, pengelolaan komunitas yang telah menjadi kekuatan utama “Arknights” perlu terus dikembangkan melalui inovasi dalam event, konten interaktif, serta ruang partisipasi kreatif bagi pemain.

Bagi penerbit seperti Yostar, strategi lokalisasi dan pemasaran yang adaptif terhadap karakteristik pasar lokal perlu terus diperkuat, terutama dalam menghadapi persaingan industri game yang semakin kompetitif. Penggunaan data analitik untuk memahami perilaku pemain juga dapat menjadi dasar dalam merancang strategi distribusi dan promosi yang lebih efektif. Terakhir, dalam konteks regulasi, pengelolaan HKI yang seimbang antara perlindungan dan keterbukaan perlu dipertahankan. Pendekatan yang memberikan ruang bagi kreativitas komunitas, namun tetap menjaga kontrol terhadap aset intelektual, terbukti mampu memperluas ekosistem *game* tanpa mengurangi nilai komersialnya. Oleh karena itu, praktik ini dapat menjadi model bagi pengembang lain dalam mengelola produk kreatif di era digital global.