

## **Pemetaan Jaringan Produksi Game Global: Studi Kasus "Elden Ring"**

Vania Elita Dewi<sup>1</sup>, Adiasri Putri Purbantina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran Jawa Timur  
<sup>1</sup>21044010108@student.upnjatim.ac.id, <sup>2</sup>adiasri.hi@upnjatim.ac.id

### ***Abstrak***

"Elden Ring" merupakan salah satu *game* yang terkenal dan masuk dalam kategorikan *game* dengan penjualan terbanyak. Penelitian ini memetakan proses jaringan produksi *game* "Elden Ring" menggunakan konsep *Global Multimedia Value Chain*. Penelitian dijabarkan menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui data sekunder, seperti jurnal, buku, dan hasil wawancara. Hasil analisis menunjukkan adanya keterlibatan aktor lintas batas negara dalam proses penambahan nilai dalam *game* "Elden Ring". Penelitian ini juga menganalisis tahapan kreasi, produksi, distribusi, dan ekshibisi "Elden Ring" hingga sampai ke tangan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi bagaimana kemajuan teknologi mempengaruhi industri kreatif, khususnya dalam proses pembuatan *video game* mulai dari tahap produksi, hingga proses distribusi *video game* sampai ke tangan pembeli.

Kata kunci: Global Value Chain, Industri Kreatif, Video Game Industry, Global Multimedia Value Chain, Elden Ring.

### ***Mapping the Global Game Production Network: "Elden Ring" Case Study Abstract***

"Elden Ring" is one of the most famous games and is categorized as the game with the most sales. This research uses the *Global Multimedia Value Chain* concept to research the "Elden Ring" *game* production network process. The research uses descriptive qualitative methods through secondary data, such as journals, books, and interviews. The results of the analysis show the involvement of actors across national borders in the process of adding value to the "Elden Ring" *game*. This research also analyzes the stages of creation, production, distribution, and exhibition of "Elden Ring" until it reaches consumers. In addition, this research also evaluates how technological advances affect the creative industry, especially in the process of making *video games* from the production stage, to the distribution process of *video games* to the hands of buyers.

Keywords: *Global Value Chain, Creative Industries, Video Game Industry, Global Multimedia Value Chain, Elden Ring.*

## Pendahuluan

Dalam beberapa dekade terakhir, industri *game* telah mengalami perkembangan pesat dalam berbagai aspek, termasuk dalam proses merancang dan mengembangkan *game*. Pendapatan *video game* mengalami kenaikan dari USD108,9 miliar pada tahun 2017, menjadi USD187,7 miliar pada tahun 2023 (Statista, 2023). Selain dari pendapatan, perkembangan lain dapat dilihat dari proses pembuatan *game* itu sendiri. Proses perancangan dan mengembangkan *game* memerlukan berbagai percobaan yang rumit, melalui sebuah perancangan mekanisme dan elemen desain yang unik (Guzsvinecz, 2023). Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan selera pasar untuk memberikan pengalaman *gaming* yang lebih imersif.

Untuk memperoleh pengalaman yang *imersif*, pemain diberikan kebebasan untuk memilih sesuatu yang diinginkan, salah satu contoh yang paling umum adalah memodifikasi utama penampilan karakter. Menurut Bostan & Kaplancali (2009), pemain ingin dilibatkan secara aktif dalam *game*, dan hal ini adalah upaya untuk memaksimalkan pengalaman yang didapatkan oleh pemain dalam *game* tersebut. Di tahun 2009, sebuah studio *game* bernama FromSoftware merilis sebuah *game* berjudul Demon Souls dengan *genre* "Souls-like". *Game* dalam kategori "Souls-like", menarik perhatian komunitas *gamers*, dan dipuji karena tingkat kesulitannya yang luar biasa (Guzsvinecz, 2023). FromSoftware menyajikan mekanisme dan elemen desain yang unik pada *game* dalam kategori "Souls-like", dengan memberikan kebebasan pada pemain memilih jalannya permainannya. Sebagai contoh, pemain dapat memilih *skill* apa yang ingin ditingkatkan atau area mana yang ingin dieksplor lebih dahulu oleh pemain.

FromSoftware melanjutkan pengembangan *video game* dalam *genre* "Souls-like" ke Dark Souls I, II, dan III; Sekiro di tahun 2019; hingga "Elden Ring" di tahun 2022. "Elden Ring" mendapatkan 2 penghargaan dari *The Game Award 2020* dan *Golden Joystick Award 2021* dalam kategori *game* yang paling ditunggu saat masih dalam proses produksi (Tyrrer, 2021). Selain itu, "Elden Ring" meraih penghargaan *Game of The Year* dari *The Game Award* di tahun 2022 dan memenangkan kategori yang sama di *The New York Game Awards* tahun 2023 (Plant, 2022; Bankhurst, 2023). Berdasarkan artikel yang dipublikasikan oleh Bandai Namco, "Elden Ring" berhasil menjual 12 juta unit secara global dan 1 juta unit di Jepang dalam waktu 2 minggu setelah rilis. "Elden Ring" menyentuh angka penjualan hingga 20 juta unit secara global pada Februari 2023, tepatnya satu tahun setelah rilis, dan mencapai 25 juta unit pada Juni 2024 secara global (Bandai Namco Entertainment, 2023), seperti yang dapat dilihat pada diagram 1.

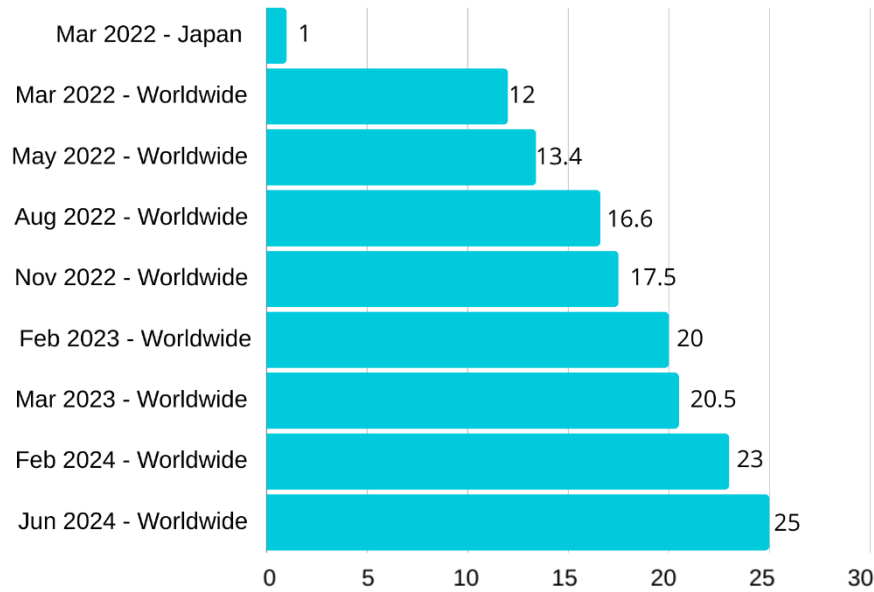


Diagram I Penjualan game "Elden Ring"

Sumber : Statista (2024)

Catatan: Digambarkan ulang oleh penulis

Untuk memastikan apakah sebuah *game* cocok sebelum dibeli atau bagaimana kualitas *game*-nya, pemeriksaan terhadap *review* atau respon dari pemain lain diperlukan. Salah satu cara memeriksa *review*-nya adalah melalui *platform* distribusi *game* seperti Steam atau melalui Youtube dan Twitch untuk melihat bagaimana grafik serta mekanisme permainannya (Tong, 2021; Törhönen et al., 2020). "Elden Ring" memiliki total 968.994 review di Steam, dan sebanyak 898.422 pemain memberikan ulasan positif, membuat "Elden Ring" memiliki rating 'sangat positif' di Steam (Valve Corporation, n.d.). Kepopuleran "Elden Ring" juga dapat dilihat melalui jumlah *streamer* di *platform* Twitch. Dalam *website* sully gnome, *streamer* yang memainkan "Elden Ring" menyentuh angka 300 channel setiap bulan, dengan jumlah tertinggi sebanyak 7.444 channel di awal peluncurannya (lihat Tabel 1.1.)

Tabel 1. Jumlah channel di Twitch yang streaming Elden Ring

<i>Bulan</i>	<i>Jumlah Channel</i>
Feb - Jun 2022	14.652
Jul - Des 2022	2.591
Jan - Jun 2023	3.434
Jul - Des 2023	2.165
Jan - Jun 2024	6.528
Jun - Sep 2024	5.427

Sumber : SullyGnome (2024)

Catatan: Dituliskan ulang oleh penulis

Untuk mewujudkan sebuah dunia dan pengalaman yang imersif dalam *game* di kategori "Souls-like", sebuah tim besar diperlukan dalam proses produksi (Miyazaki, 2022). Sama seperti Demon Souls,

Dark Souls, dan Sekiro, "Elden Ring" yang berada di kategori "Souls-like" dibuat berdasarkan proses produksi yang panjang yaitu 2017 hingga 2022. Hidetaka Miyazaki selaku direktor *game* "Elden Ring" bekerja sama dengan George R. R. Martin, yaitu penulis dalam *genre* fantasi dari Amerika untuk membuat landasan dunia atau *worldbuilding* (Miyazaki, 2022). Hidetaka Miyazaki melakukan ini agar dapat menciptakan sebuah dunia yang terasa nyata, dan pemain dapat membayangkan dirinya berada dalam *game*.

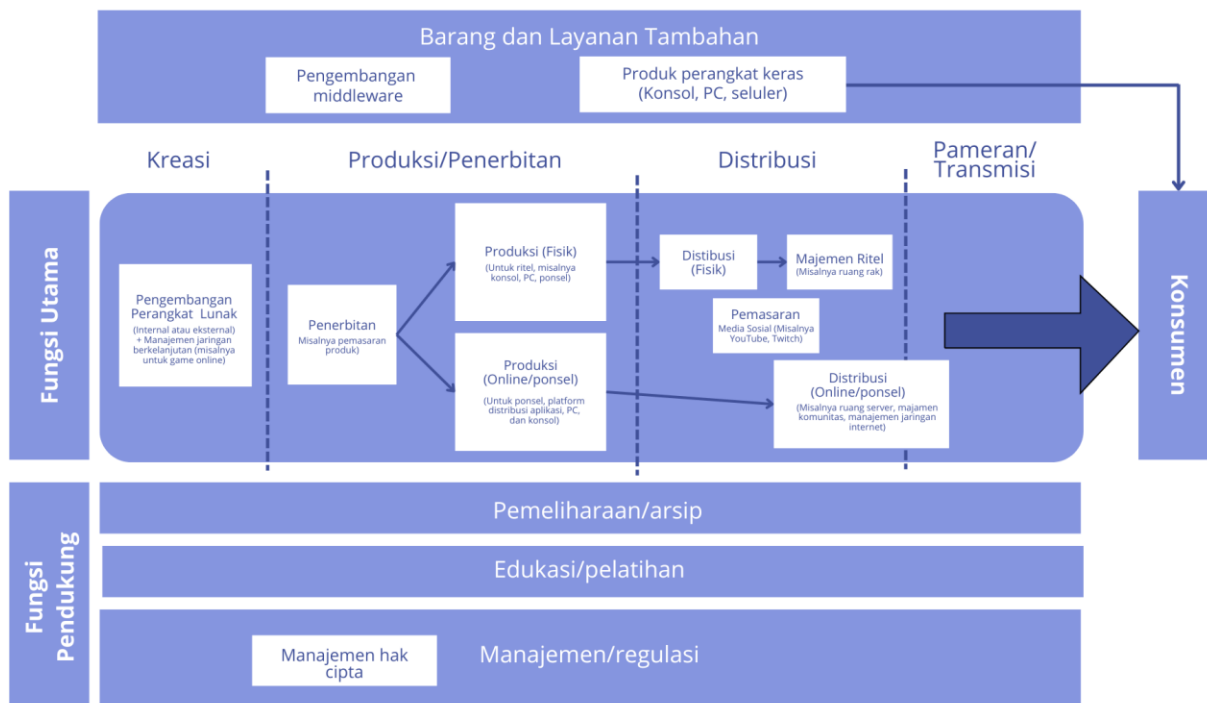
Sebagai acuan dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu yang ditulis oleh González-Piñero (2017) yang berjudul "*Redefining The Value Chain Of The Video Games Industry*". Dalam penelitian tersebut, disebutkan bahwa proses penambahan nilai dalam *video game* telah berubah karena banyak faktor, dan salah satunya pengaruh internet. Begitu juga dengan penelitian Enander dan Dernestam (2022), dengan judul "*An exploratory study of the Swedish gaming industry's global value chain*", membahas tentang rantai nilai global dan proses kolaborasi antar negara dalam industri *game* Swedia. Namun, dalam kedua penelitian tersebut belum disertakan studi kasus yang spesifik mengenai proses perubahan nilai dalam tiap tahapannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris untuk mengetahui proses produksi yang melibatkan aktor-aktor dari negara lain dengan melakukan pemetaan produksi *video game* "Elden Ring".

## Teori dan Metodologi

Rantai nilai global atau *Global Value Chain*, didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas mulai dari produksi, hingga akhir yaitu ketika produk atau layanan dibuang, didaur ulang, atau bahkan digunakan kembali (Ponte et al., 2019). Adanya *Global Value Chain* ini membuka kesempatan untuk melakukan kolaborasi dan pengembangan ekonomi global, dengan memudahkan partisipasi lintas batas negara (Rodrik, 2018). Untuk memaksimalkan proses produksi, digunakan sebuah metode pengorganisasian yang disebut sebagai fragmentasi proses produksi. Berdasarkan penjabaran Gereffi et al. (2005), fragmentasi berarti pemisahan dalam proses produksi menjadi beberapa bagian berdasarkan lokasi, sehingga muncul adanya kerja sama lintas batas negara antar perusahaan. Industri kreatif merupakan salah satu bagian dari sub-bagian dalam *Global Value Chain*, yang disebut sebagai *Global Creative Value Chain* atau rantai nilai kreatif. Industri yang termasuk di dalamnya adalah seni visual (*visual arts*), seni pertunjukan (*performing arts*), media dan hiburan (*multimedia*), desain (*design*), penerbitan (*publishing*), *fashion*, serta kerajinan tangan (*crafts*). Dalam pemetaannya, De Voldere et al. (2017) membagi *Global Creative Value Chain* menjadi dua fungsi, yaitu fungsi utama dan fungsi

pendukung. *Global Creative Value Chain* digunakan untuk melihat bagaimana elemen dalam industri kreatif saling berinteraksi dan berkontribusi dalam penciptaan nilai

Multimedia didefinisikan sebagai kombinasi antara beberapa aspek, contohnya suara, grafik, fotografi, video, dan text dengan tujuan untuk hiburan atau edukasi (Mayer, 2009). Jenis multimedia cukup beragam, dan salah satu contohnya adalah *game*. Sama halnya dengan *Global Creative Value Chain*, tahapan ini dikategorikan dalam dua fungsi yaitu fungsi utama (core function) dan fungsi pendukung (support function). Pemetaan *Multimedia Value Chain* menurut De Voldere et al. (2017) dalam fungsi utama dibagi dalam beberapa tahapan, yaitu kreasi (creation), produksi atau publikasi (production or publishing), penyebaran (distribution), dan eksibisi atau transmisi (exhibition or transmission). Dalam penelitian ini, konsep De Voldere et al. (2017) akan digunakan untuk melakukan pemetaan jaringan yang berfokus pada tahapan produksi "Elden Ring" hingga produk sampai ke tangan konsumen. Hal ini dilakukan untuk membuktikan adanya keterlibatan aktor lintas batas negara dalam proses produksinya.



Gambar 1 Global Multimedia Value Chain oleh De Voldere (2017)

Sumber: (De Voldere et al., 2017)

Catatan: Digambarkan ulang oleh Penulis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif yang disajikan secara deskriptif. Penelitian kualitatif melibatkan prose pengumpulan bukti, data, analisis dan teori secara berulang (Aspers & Corte, 2019). Proses pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan data sekunder, yaitu

melalui sumber-sumber yang telah ada seperti penelitian terdahulu. Penulis juga melakukan pengumpulan data studi pustaka melalui laporan resmi perusahaan, data media sosial, dan artikel media massa.

## Pembahasan

Perkembangan industri *game* dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kemajuan teknologi. Menurut De Voldere (2017), *game* sebagai salah satu produk multimedia merupakan salah satu sektor yang paling erat dengan digitalisasi. Kemudahan akses yang didapat melalui teknologi memberikan kemudahan bagi perusahaan *game* bahkan *developer game indie* untuk melakukan kolaborasi. Selain itu, konsumen juga memiliki akses lebih mudah untuk mendapatkan *video game* yang diinginkan, salah satu contohnya dengan Steam.

Untuk melakukan analisis rantai nilai global pada "Elden Ring", dibutuhkan proses pemetaan dalam tiap tahapannya, mulai dari kreasi hingga ekshibisi. Dalam pemetaan ini, akan dilakukan evaluasi pada aktor yang terlibat di dalamnya, seperti penulis, *programmer*, *art creator*, serta *audio designer*. Dalam pemetaan tiap tahapannya, konsep *Multimedia Value Chain* oleh De Voldere et al. (2017) akan digunakan sebagai panduan analisis. Dalam setiap proses fragmentasi, penulis akan memberikan contoh sebagian aktor yang terlibat mulai kreasi hingga eksibisi dari berbagai negara.

### A. Core Function

#### 1. Tahapan Kreasi dan Produksi

Mengacu pada De Voldere (2017), tahapan kreasi dalam pembuatan *video game* diartikan sebagai tahapan penciptaan nilai dari suatu produk. Tahapan ini menjadi proses paling panjang, yaitu mulai dari perencanaan produksi *video game*, pembuatan berbagai elemen desain dan musik, hingga pemrograman *video game*. Proses kreasi dalam *video game* tidak hanya melibatkan satu perusahaan, melainkan hasil kolaborasi berbagai perusahaan atau studio yang mampu memenuhi kebutuhan dalam proses produksinya. Dalam proses pemetaan, penulis akan menunjukkan contoh keterlibatan aktor lintas batas negara dalam proses kreasinya.

Tabel 2. Tahap Kreasi Game "Elden Ring"

Aktivitas	Peran & Aktor
Director	<b>Director</b> : [JPN] - Hidetaka Miyazaki
	<b>Co-director</b> : [JPN] - Yui Tanimura

Aktivitas	Peran & Aktor
Story & Worldbuilding	<b>Story &amp; Worldbuilding : [JPN]</b> - Hidetaka Miyazaki.
	<b>Myth Worldbuilding : [USA]</b> - George R. R. Martin
Programmer	<b>Programming Director : [JPN]</b> - Takeshi Suzuki
	<b>Lead Programmer : [JPN]</b> - Yuki Kido
	<b>Game Programmers : [JPN]</b> - Takuya Ohashi, Kazuaki Ito, Kazuya Shinagawa, Takuya Hotta, Ryo Yoshimoto, Shotaro Kodani, Bernacchia Matteo, Tomohiro Yasuda, Jun Manabe.
	<b>Server Programmers : [JPN]</b> - Nobuyuki Okamura, Toshikazu Sahoda, Yuki Toga, Hiroyuki Fujii.
	<b>Graphics System Section : [JPN]</b> - Takasuke Ando, Hiroshi Takada, Takasumi Watanabe, Masato Yamamoto, Ryo Nakasone, Hikaru Maruyama, Erika Ninomiya, Akihiro Tsutani.
	<b>R&amp;D Section : [JPN]</b> - Jun Ito, Tetsuya Yamamoto, Motohiro Tsuzuki, Koichiro Takita, Tomonari Kuramochi, Takehiro Kakizawa. <b>[ESP]</b> - Eric Caballero Muñoz. <b>[RUS]</b> - Ivan Latypov.
Game & System Designer	<b>Gameplay Directors : [JPN]</b> - Tomoro Inaba, Kaikō Arima.
	<b>Gameplay Designers : [JPN]</b> Kensuke Umeda, Yoshi Sasaki, Haruka Inujima.
	<b>Lead Battle Designer : [JPN]</b> - Takumi Kato
	<b>Battle Designers : [JPN]</b> - Pierre Go Haikan.
	<b>Level Design : [JPN]</b> - Yosuke Kayugawa, Taichi Date, Hiroaki Tokunaga, Yurika Ito.
	<b>Event Designers : [JPN]</b> - Kazuhiro Hamatani, Tsuyoshi Ito, Yuya Watanabe, Kazuki Fukuyo, Yuji Uchima
	<b>System Design : [JPN]</b> - Ryu Matsumoto, Takuto Sawayama, Tomoaki Takesue, Tomoki Kisanuki, Daisuke Yokoyama.
Audio Design	<b>Art Director : [HUN]</b> - Pejtsik Panna
	<b>Soloist &amp; Singer : [HUN]</b> - VoiceStation Choir
	<b>Instrument : [HUN]</b> - Budapest Film Orchestra
	<b>Contractors : [HUN]</b> - CLMUSIC Kft.

Aktivitas	Peran & Aktor
	<b>Foley Mixer &amp; Coordinator</b> : [JPN] - KADOKAWA DAIEI STUDIO Co., Ltd.
	<b>Compose &amp; Arrangement</b> : [JPN] - Yoshimi Kudo
	<b>Production Assistant</b> : [JPN] - Kotoha Yoshida
	<b>Music Recording Coordinators</b> : [JPN] - Koji Suga, Masako Suga, Sumika Inoue
	<b>Orchestrator</b> : [JPN] - Wiseman Project GK. [USA] - Paul D. Taylor, Zac Zinger
	<b>Music Preparation</b> : [USA] - Paul D. Taylor
	<b>Music Supervisors &amp; Coordinator</b> : [USA] - Zac Zinger. [JPN] - Tomoko Akaboshi, Kentaro Sato.
	<b>Assistant Lyricist</b> : [JPN] - Tomomichi Takeoka
	<b>Assistant Editor</b> : [JPN] - Katsuya Otaki
	<b>Score Mixer</b> : [USA] - Mirai Sevens LLC
	<b>Sound Engineers</b> : [NED] - TomTom Studios
Voice Actor	<b>Sound Designer &amp; Composer</b> : [JPN] - Tsukasa Saitoh, Shoi Miyazawa, Tai Tomisawa.
	<b>Casting / Voice Recording Director</b> : [ENG] - Adam Chapman
	<b>Voice Recording Producer</b> : [CZE] - Sergio Massabò
	<b>Voice Recording Assistant Producer</b> : [ENG] - Jonathan Youseman
	<b>Casting</b> : [ENG] - Liquid Violet Ltd.
	<b>Voice Recording Senior Engineer</b> : [ENG] - Max Muller.
	<b>Voice Recording Engineer</b> : [ENG] - Charlie Thomas.
	<b>Post-Production</b> : [ENG] - Alyx Jones, James Kirk, Michael Dunn.
<b>English Voice Cast</b> : [ENG] - Martha Mackintosh, Anthony Howell, Con O'Neill, Pip Torrens, Cara Theobald. [WLS] - Aimee-Ffion Edwards, Mali Harries. [SGP] - Ramon Tikaram. [USA] - Jim Johnson.	

Aktivitas	Peran & Aktor
Art Creation	<b>Environment Artist : [JPN]</b> - Nozomi Shiba, Syunsuke Fukuda, Yuka Shinada, Minami Honda. <b>[NED]</b> - Marcos Domenech. <b>[HUN]</b> - DIGIC Pictures
	<b>Character Artist : [JPN]</b> - Takashi Konno, Yuki Nakamura, Daiki Okada. <b>[FRA]</b> - Unit Image. <b>[ESP]</b> - Daniel Santos.
	<b>VFX &amp; UI Artist : [JPN]</b> - Hirokazu Akino, Motofumi Ota, Yoshihisa Une, Yoshinori Takeuchi.
	<b>Character Design : [JPN]</b> - Visual Flight Co., Ltd.
	<b>Character Concept Artist : [JPN]</b> - Daisuke Satake, Hiroshi Nakamura, Zhen Wang, Mai Hatsuyama.
	<b>Environment Concept Artist : [JPN]</b> - Masanao Katayama, Tsutomu Kitazawa. <b>[TWN]</b> - Steven Wen.
	<b>Assistant : [JPN]</b> - <b>STAFF SERVICE HOLDINGS Co. Ltd.</b>
	<b>3D Artist : [IND]</b> Lakshya Digital.
	<b>Modelers : [JPN]</b> - Visual Flight Co. <b>[MYS]</b> - Passion Republic Sdn Bhd. <b>[HUN]</b> - DIGIC Pictures.
	<b>Designer : [CHN]</b> - Shanghai E-stone Digital Technology Co. <b>[JPN]</b> - Visual Flight Co.
	<b>3DGC : [JPN]</b> - Integral Vision Graphics Inc.
	<b>Animators : [MYS]</b> - Passion Republic Sdn Bhd. <b>[HUN]</b> - DIGIC Pictures. <b>[FRA]</b> - Unit Image. <b>[JPN]</b> - TRICREST Inc, I-rori Entertainment Co, Mox Co, Just Cause Productions Inc, Thoris Co, Integral Vision Graphics Inc.
	<b>Riggers : [JPN]</b> - Yuki Kato, Naoki Yamauchi, Yuto Suzuki. <b>[IND]</b> - Lakshya Digital. <b>[HUN]</b> - DIGIC Pictures. <b>[FRA]</b> - Unit Image.
	<b>Motion capture : [JPN]</b> - KATSUGEKIZA Inc, D1 Inc, Crescent, Inc. <b>[FRA]</b> - Unit Image.
	<b>Surfacing Artist : [HUN]</b> - DIGIC Pictures
	<b>Grooming Artist : [HUN]</b> - DIGIC Pictures. <b>[FRA]</b> - Unit Image
<b>Lighting and Compositing Artist : [HUN]</b> - DIGIC Pictures. <b>[FRA]</b> - Unit Image.	

Aktivitas	Peran & Aktor
	<b>Effect Artist : [HUN]</b> - DIGIC Pictures.
	<b>Shot Division : [HUN]</b> - DIGIC Pictures. <b>[FRA]</b> - Unit Image.
	<b>Production Development : [HUN]</b> - DIGIC Pictures.
	<b>Photo Scan Division : [HUN]</b> - DIGIC Pictures.
	<b>Mocap Specialist : [HUN]</b> - DIGIC Pictures.
	<b>Layout Artist : [FRA]</b> - Unit Image.

Sumber : "Elden Ring" (2022)

Catatan: Tabel dibuat penulis menggunakan panduan dari konsep multimedia value chain oleh De Voldere et al. (2017).

Pembuatan cerita dan *worldbuilding* dalam *video game* merupakan salah satu proses penting yang dapat menjadi penghubung antara perasaan dan pengalaman yang dirasakan oleh karakter dalam *game* dengan pemain (Rabin, 2009). "Elden Ring" merupakan salah satu *game* yang dibuat dengan landasan cerita yang kompleks. Dalam proses ini, Hidetaka Miyazaki selaku direktor "Elden Ring", bekerja sama dengan penulis fantasi asal Amerika, George R.R. Martin dalam pembuatan landasan cerita (Miyazaki, 2022). Dalam *interview* bersama gamesradar, Hidetaka Miyazaki menyebutkan bahwa peran George R.R. Martin dalam "Elden Ring" adalah menciptakan elemen sejarah yang terjadi sebelum cerita dimulai. Tulisan yang dibuat George R.R. Martin digunakan sebagai pengenalan dari struktur dunia dalam "Elden Ring", juga menjadi bantuan dalam proses pembuatan visualisasi dunia dalam *game* (Miyazaki, 2022).

Dalam "Elden Ring", cerita disampaikan melalui potongan adegan atau *cut scene*, dialog dengan *Non-Playable Characters* (NPC), petunjuk dalam barang-barang atau arsitektur, atau misi dalam *game*. "Elden Ring" memberikan opsi pada pemain untuk menyesuaikan permainan sesuai preferensi, yang menjadikan cerita dalam *game*-nya bukan suatu kewajiban untuk digali. Dalam pembuatan *game*, mekanisme seperti peraturan, struktur, level, dan keseluruhan pengalaman permainan, merupakan tanggungjawab *game designer* (Rabin, 2009). Dalam "Elden Ring", proses ini terbagi menjadi beberapa bagian, diantaranya adalah pertarungan, *level*, *event*, dan sistem. Proses perancangan *gameplay* "Elden Ring" dipimpin oleh Tomoro Inaba dan Kaikō Arima selaku *gameplay director*.

Selanjutnya proses *programming*, yang merupakan salah satu proses yang tidak bisa lepas dari pembuatan *game*. *Programmers* bertugas untuk melakukan pengembangan teknis, seperti menulis kode *game*, pengembangan perangkat lunak, serta alat dan editor yang membantu dalam pembuatan *game* (Rabin, 2009). Proses *programming* akan menyatukan semua elemen yang dibuat dalam tahapan kreasi, menjadi sebuah *game* yang utuh. Dalam kasus "Elden Ring", proses *programming* dilakukan oleh Fromsoftware dan dipimpin oleh Takeshi Suzuki, sebagai *programming director*.

*Audio design* mencakup proses pembuatan musik, *voice over*, dan *audio design*. Musik dalam *game* dapat dibuat mulai dari awal, atau menggunakan musik yang telah ada dan tidak terikat *copyright*. Dalam "Elden Ring", adanya kolaborasi lintas batas negara dapat dilihat pula dalam proses pembuatan musik. Penyanyi, instrumen, aransemen, *mixing*, serta *mastering* musik, dilakukan oleh aktor yang berbeda. Penyanyi berasal dari VoiceStation Choir dan instrumen diproduksi oleh Budapest Film Orchestra, yang keduanya sama-sama berasal dari Hungaria ("Elden Ring", 2022). Untuk pengolahan instrumen dan vokal dilakukan oleh beberapa studio berbeda dari Jepang, Belanda, Hungaria, dan Amerika ("Elden Ring", 2022).

Sedangkan *voice over* terdiri dari *casting team*, produser rekaman, insinyur rekaman suara atau *voice recording engineer*. *Casting team* dalam "Elden Ring" adalah Liquid Violet Ltd, yang bertanggungjawab dalam mencari *voice actor* yang cocok untuk mengisi suara karakter dalam *game*. Liquid Violet Ltd merupakan perusahaan asal London, yang berfokus pada penyediaan layanan *audio* untuk industri *game* dan hiburan (Liquid Violet, n.d). Sedangkan produser rekaman pengisi suara "Elden Ring" adalah Sergio Massabò, yang berasal dari Republik Ceko ("Elden Ring", 2022). Dalam proses *casting* untuk pengisi suara, Hidetaka Miyazaki datang secara langsung ke Liquid Violet Ltd di London untuk terlibat secara langsung dalam proses rekaman (Anthony Howell, 2022).

Proses *art creation* dalam "Elden Ring" meliputi pembuatan karakter, lingkungan, animasi, rigging, efek, dan lainnya. Hidetaka Miyazaki menyampaikan bahwa ada perluasan skala tim dalam proses pembuatan visual, bahkan hingga *outsourcing* untuk memenuhi kebutuhan visual (Miyazaki, 2022). Salah satunya dalam proses animasi, dapat dilihat bahwa ada keterlibatan aktor dari beberapa negara. Beberapa diantaranya adalah Passion Republic Sdn Bhd, yang merupakan studio *game* asal Malaysia; DIGIC Pictures, yang merupakan studio asal Hungaria; Unit Image, studio *game* asal Prancis; dan beberapa studio asal Jepang yaitu

TRICREST Inc, I-rori Entertainment Co, Mox Co, Just Cause Productions Inc, Thoris Co, Integral Vision Graphics Inc (Elden Ring, 2022).

Dalam proses pembuatan *art creation*, distribusi atau pembagian dalam pembuatan visual dibutuhkan untuk mempermudah proses produksi. Contohnya dalam proses pembuatan karakter dan lingkungan. Setelah konsep gambar lingkungan dan karakter selesai dibuat oleh FromSoftware, proses penyempurnaan akan dilakukan oleh studio atau perusahaan yang berbeda (Miyazaki, 2022). Salah satu studio dan perusahaan yang mengeksekusi konsep karakter dan lingkungan yang telah dirancang adalah DIGIC Pictures, yang merupakan studio asal Hungaria (Elden Ring, 2022).

Tahapan fragmentasi selanjutnya adalah produksi dan penerbitan, yang mengacu pada proses pengecekan kualitas, *marketing*, pembuatan konten digital, serta peluncuran *video game*. Proses dalam fragmentasi ini dinilai memiliki pengaruh yang penting untuk memastikan game yang diluncurkan dapat memenuhi target kualitas dan penjualan, salah satunya adalah lokalisasi. Dalam wawancara bersama beberapa tim lokalisasi, disebutkan bahwa "Elden Ring" diterjemahkan dalam 14 bahasa (Ilari & Bindo, 2022). Lokalisasi dan promosi melalui cabang spesifik Bandai Namco Entertainment, dilakukan untuk memastikan bahwa promosi "Elden Ring" dapat dijangkau oleh target pasar yang telah ditentukan.

Tabel 3. Tahap Produksi Game "Elden Ring"

Aktivitas	Peran & Aktor
Production/ Publication	<b>Quality assurance</b> : [JPN] BANDAI NAMCO Entertainment Inc. [USA] - Brian Yip, Barret Pruden, Lucas Juen, Merwin Del Rosario.
	<b>Language quality assurance</b> : [USA] - Geoff Field. [BRA] - Henrique Sertao, Edgard dos Santos Paiva Neto.
	<b>Localization</b> : [USA] - Franziska Evans. [BRA] - Olavo Soares, Sávio Boaventura, Ana Maria Pichini, Hugo Alcoforado. [ARG] - Mauricio Videla, Marina Ilari.
	<b>Licensing</b> : [JPN] - Kazuta Fukuhara, Kanako Suzuki, Shuheh Hokari, Wataru Nakasuji. [USA] - Dennis Lee.
	<b>Production Support</b> : [JPN] - BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
	<b>Marketing</b> : [USA] - Alex Luong. Erin Berkenmeier. [CHL] - Katja Thür. [BEL] - Benjamin Lebbe.

Aktivitas	Peran & Aktor
	<b>Publishing</b> : [JPN] - BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
	<b>Digital Content</b> : [USA] - Michael Le, Elizabeth Lehuta, Adrian Amler, Jordan Koons. [KOR] - Andie Lee
	<b>Web Platform</b> : [USA] - Jason Schaefer, Daniel Fusniak, Chris Fitzgerald, Jeff Sawyer, Edrees Wahezi, Eben Howard. [JPN] - Kaz Miyata.
	<b>Sales</b> : [JPN] - Tomomi Takahashi, Shinri Matsuoka. [BRA] - Leonardo Galli Ponsoni. [USA] - Julianna Chavez, May Hayes

Sumber : “Elden Ring” (2022)

Catatan: Tabel dibuat penulis menggunakan panduan dari konsep multimedia value chain oleh De Voldere et al. (2017).

Dalam tabel 3 yang menjelaskan sebagian atau contoh aktor dalam tahapan produksi, juga dapat diidentifikasi adanya sebuah kolaborasi dari negara yang berbeda. Proses ini dilakukan oleh Bandai Namco Entertainment di berbagai cabang negara, contohnya Amerika, Eropa, Australia, dan Selandia Baru (FromSoftware, 2022). Tahapan produksi dan penerbitan berkaitan erat dengan penggunaan teknologi, salah satunya pemanfaatan internet untuk membuat *web platform* khusus “Elden Ring”. *Website* ini digunakan untuk memberikan gambaran singkat mengenai *game*, *trailer*, *link* penghubung menuju laman pembelian *game*, serta *merchandise* (Bandai Namco Entertainment, n.d.).

## 2. Tahapan Distribusi dan Ekshibisi

Tahapan distribusi dan eksibisi meliputi penyebaran video game "Elden Ring" di publik melalui berbagai media. Menurut De Voldere et al. (2017), distribusi merupakan proses masuknya produk ke *platform* dan pasar untuk dijual pada konsumen baik secara *online* maupun *offline*. Sedangkan ekshibisi merupakan penyajian konten kreatif ke publik, baik melalui pameran maupun sosial media. Distribusi dan eksibisi merupakan tahapan akhir dari sebuah produk untuk sampai ke tangan konsumen. Data terkait tahapan distribusi dan ekshibisi, akan dipaparkan di tabel 4.

Tabel 4. Tahap Distribusi dan Eksibisi Game “Elden Ring”

Aktivitas	Peran & Aktor
	<b>Instagram</b> : @eldenring, @fromsoftware_jp, @bandainamcoentasia, @bandainamcous, @bandainamcoeu. <b>YouTUBE</b> :

Aktivitas	Peran & Aktor
Pemasaran	@BandaiNamcoEntertainmentEurope, @BandaiNamcoAmerica, @bandainamcoentasia, @FromSoftwareInc. <b>X/Twitter</b> : @ELDENRING, @BandaiNamcoUS, @BandaiNamcoEU, @BandaiNamcoFR, @BandaiNamcoUK, @fromsoftware_pr.
Distribusi Online	Steam, Xbox Store, Microsoft Store, PlayStation Store, Bandai Namco Store.
Penjualan Produk Fisik	GameStop, Amazon, Best Buy, dan toko-toko offline yang menjual game.
Ekshibisi	<b>Concert</b> : "Elden Ring" Symphonic Adventure (Thailand, Paris, Jerman, London, Singapura)
	<b>Convention</b> : E3 convention, Gamescom

Sumber : Platform resmi FromSoftware dan Bandai Namco Entertainment

Catatan: Tabel dibuat penulis menggunakan panduan dari konsep multimedia value chain oleh De Voldere et al. (2017).

Mengacu pada tabel 4 tentang distribusi dan ekshibisi "Elden Ring", dapat dilihat bahwa berbagai *platform* digunakan untuk memasarkan dan mendistribusikan "Elden Ring" baik secara *online* maupun *offline*. "Elden Ring" dapat dimainkan di PlayStation 5, PlayStation 4, Xbox Series X/S, Xbox One, dan komputer. Karena variasinya medianya, "Elden Ring" dijual dalam bentuk digital dan fisik. Untuk produk digital yang dimainkan di komputer, "Elden Ring" dapat dibeli melalui Steam, yaitu salah satu layanan online terbesar dan terpopuler dalam distribusi *game* digital. Sedangkan untuk produk fisik, bisa dipesan secara *online* maupun dibeli secara langsung melalui toko-toko penyedia *game*.

Fungsi ini juga mencangkup kegiatan promosi di sosial media seperti YouTube, Twitter (X), Twitch, Instagram, dan lainnya. Kegiatan ekshibisi lain yang dilakukan "Elden Ring" adalah konser musikal, yang merupakan kolaborasi antara Bandai Namco Entertainment dan FromSoftware, yang akan berlangsung pada 2024-2025 (Bandai Namco Entertainment, 2023). Konser musikal ini akan dilangsungkan di beberapa negara, yaitu Thailand, Paris, Jerman, London, dan Singapura (Bandai Namco Entertainment, 2023). Menurut De Voldere et al. (2017), digitalisasi dan umpan balik yang diberikan oleh komunitas, baik dalam versi pengembangan *video game* (demo) atau versi akhir, dapat membantu *developer* meningkatkan kualitas *game*.

Semakin erat hubungan komunitas, akan semakin mudah untuk memperoleh dukungan ketika ada konten tambahan seperti *Downloadable Content* (DLC) atau *merchandise*. Pada kasus

“Elden Ring”, FromSoftware meluncurkan DLC pada 21 Juni 2024. “Elden Ring” *Shadow of the Erdtree*, telah berhasil terjual sebanyak 5 juta unit dalam waktu tiga hari sejak perilisan (Bandai Namco Entertainment, 2024). DLC memberikan akses pada tambahan konten dalam *game*, seperti bos baru yang dapat dilawan.

## B. Support Function

Menurut Voldere et al (2017), *support function* mencakup layanan dan barang tambahan yang penting dalam penciptaan nilai. Fungsi pendukung ini meliputi proses pengarsipan, edukasi, dan manajemen hak cipta. Pengarsipan sendiri berarti proses pelestarian atau penyimpanan konten digital, seperti data, proses pengembangan, dan arsip media promosi. Sedangkan edukasi dalam *support function*, merupakan proses pengembangan keterampilan, untuk memastikan peningkatan kemampuan yang dapat mendukung industri kreatif. Skala manajemen hak cipta mencakup perlindungan, pengelolaan dan eksploitasi hak cipta dalam *game*, contohnya *intellectual property* (IP) atau hak distribusi.

Tabel 5. Support Function Game “Elden Ring”

Aktivitas	Peran & Aktor
Pengarsipan	Fromsoftware dan Bandai Namco Entertainment
Kepemilikan hak cipta	Distribusi Hak Cipta: Intellectual Property & Copyrights : Fromsoftware

Sumber : United States Patent and Trademark Office (2023)

Mengacu pada tabel 5, kepemilikan *intellectual property* (IP) "Elden Ring" awalnya dimiliki oleh Bandai Namco Entertainment dan FromSoftware. Menurut *United States Patent and Trademark Office* (USPTO), Bandai Namco Entertainment mentransfer sebagian kepemilikan IP-nya pada Maret 2023. Sehingga saat ini kepemilikan IP "Elden Ring" sepenuhnya dipegang oleh FromSoftware. Edukasi mengacu pada pelatihan formal, informal, kursus, atau program pendidikan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dalam industri kreatif (De Voldere, et al., 2017). Dalam kasus "Elden Ring", data spesifik mengenai implementasi edukasi tidak dapat ditemukan.

## Kesimpulan

Industri *game* yang mengalami pengembangan pesat karena kemajuan teknologi dan akses internet, telah menciptakan banyak lapangan kerja, kolaborasi, hingga keuntungan untuk berbagai pihak.

"Elden Ring" menjadi contoh *game* yang melibatkan kolaborasi dari berbagai aktor berkat kemudahan dan kemajuan teknologi yang ada. Dengan menggunakan konsep *Global Multimedia Value Chain*, penelitian ini memetakan jaringan produksi "Elden Ring" untuk mengungkapkan keterlibatan aktor dari berbagai negara dalam setiap tahap produksinya. Di proses kreasi, sebagian proses pembuatan elemen yang menyusun *game* tidak bisa lepas dari proses kolaborasi. Salah satu contohnya adalah peran Liquid Violet Ltd, perusahaan asal London yang melakukan *casting* dan rekaman untuk karakter-karakter "Elden Ring".

Sama halnya dengan tahapan kreasi, proses produksi dan penerbitan "Elden Ring" juga berkaitan erat dengan kolaborasi dan pemanfaatan teknologi. Proses pemeriksaan kualitas, lokalisasi, *licensing*, dan publikasi diatur oleh Bandai Namco Entertainment, melalui cabangnya di berbagai negara. Dalam proses distribusi serta ekshibisi, "Elden Ring" dipasarkan melalui sosial media Bandai Namco Entertainment dari berbagai cabang, bersama dengan peluncuran atau distribusi *game* secara *online* melalui berbagai *platform* dan secara langsung di toko-toko penyedia game. Tahapan-tahapan ini merupakan proses penting untuk penambahan nilai "Elden Ring" sebagai produk. Analisis pemetaan jaringan produksi "Elden Ring" menegaskan bahwa kemajuan teknologi memainkan peran penting dalam industri kreatif, khususnya dalam pembuatan *video game*, yang memungkinkan adanya kolaborasi global yang lebih efisien dan efektif.

## Referensi

- Aspers, P., & Corte, U. (2019). What is Qualitative in Qualitative Research. *Qualitative Sociology*.
- Bandai Namco Entertainment. (2023, February 21). *Award winning action RPG "Elden Ring" sold 20 million units worldwide*. Retrieved from Bandai Namco Europe: <https://en.bandainamcoent.eu/elden-ring/news/award-winning-action-rpg-elden-ring-sold-20-million-units-worldwide>
- Bandai Namco Entertainment. (2023, July 13). *"Elden Ring" Symphonic Adventure*. Retrieved from Bandai Namco Europe: <https://en.bandainamcoent.eu/elden-ring-concert>
- Bandai Namco Entertainment. (2022, March 16). *"Elden Ring" reaches 12 million units sold worldwide*. Retrieved from Bandai Namco Europe: <https://en.bandainamcoent.eu/elden-ring/news/elden-ring-reaches-12-million-units-sold-worldwide>
- Bandai Namco Entertainment. (2024, Juni 6). *ELDEN RING Shadow of the Erdtree reaches 5 million units sold worldwide*. Retrieved from Bandai Namco Europe: <https://en.bandainamcoent.eu/elden-ring/news/elden-ring-shadow-of-the-erdtree-reaches-5-million-units-sold-worldwide>
- Bandai Namco Entertainment. (n.d.). *Elden Ring*. Retrieved from <https://en.bandainamcoent.eu/elden-ring/elden-ring>
- Bankhurst, A. (2023, January 18). *New York Game Awards 2023: Elden Ring Wins Two Awards as Phil Spencer Is Honored*. Retrieved from IGN: <https://sea.ign.com/destiny-2/194340/news/new-york-game-awards-2023-elden-ring-wins-two-awards-as-phil-spencer-is-honored>
- Dan Allen Gaming. (2022, March 15). *Anthony Howell discusses his role as Margit, the Fell Omen in Elden Ring* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=MclJy1YvImQ&list=PLp-XS7Tadj5LZ\\_HA3O6Q7vV30nEv0KscC&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=MclJy1YvImQ&list=PLp-XS7Tadj5LZ_HA3O6Q7vV30nEv0KscC&index=4)
- De Voldere, I., Hoelck, K., Engin, E., Airaghi, E., Romainville, J.-F., Knotter, S., . . . Pletosu, T. (2017). *Mapping the creative value chains*. EU publications.
- Enander, M., & Dernestam, I.-M. (2022). An Exploratory Study of the Swedish Gaming Industry's Global Value Chain.
- González-Piñero, M. (2017). Redefining The Value Chain Of The Video Games Industry. *National Centre for Academic and Cultural Exchange*.
- Guzsvinecz, T. (2023). The correlation between positive reviews, playtime, design and game mechanics in souls-like role-playing video games. *Multimedia Tools and Applications*.
- Ilari, M., & Bindo, G. (2022, April 8). Insights from the Localization of "Elden Ring". (A. Biro, Interviewer)
- Landoni, P., Dell'era, C., Frattini, F., Petuzzelli, A. M., Verganti, R., & Maneli, L. (2020). Business model innovation in cultural and creative industries: Insights from three leading mobile gaming firms. *Technovation*.
- Liquid Violet. (n.d.). *About Us - Liquid Violet*. Retrieved from Liquid Violet: <https://liquidviolet.co.uk/>
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning (2nd ed.)*. Cambridge University Press.
- Miyazaki, H. (2022, Agustus 11). Hidetaka Miyazaki interview: FromSoftware's president explores the unknowns of "Elden Ring". (GamesRadar, Interviewer)
- Plant, L. (2022, December 9). *The Game Awards 2022 Winners: The Full List*. Retrieved from IGN: <https://sea.ign.com/elden-ring/193327/news/the-game-awards-2022-winners>
- Ponte, S., Gereffi, G., & Raj-Reichert, G. (2019). Introduction to the Handbook on Global Value Chains. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

- Rabin, S. (2009). *Introduction To Game Development*. Charles River Media.
- Rodrik, D. (2018). New Technologies, Global Value Chains, and Developing Economies. *National Bureau of Economic Research*.
- SullyGnome. (2024). "Elden Ring" Long-term stats. Retrieved from SullyGnome: [https://sullygnome.com/game/Elden\\_Ring/longtermstats](https://sullygnome.com/game/Elden_Ring/longtermstats)
- Syed, M. (2019). Quality Control In Games Development.
- Tong, X. (2021). Positioning game review as a crucial element of game user feedback in the ongoing development of independent video games. *Computers in Human Behavior*.
- Törhönen, M., Sjöblom, M., Vahlo, J., & Hamari, J. (2020). View, Play and Pay? – The Relationship between Consumption of Gaming Video Content and Video Game Playing and Buying. *The 53rd Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*.
- Tyrer, B. (2021, November 24). *Golden Joystick Awards 2021 winners: Here's every game that won in world's largest public voted awards*. GamesRadar. <https://www.gamesradar.com/golden-joystick-awards-2021-winners/>