Pengembangan *Line Sticker* Sebagai Pemasaran *Video Game* Pada *Leturn: Defense Of Magic* Menggunakan Metode R & D

Tony Wibowo¹, Priscelia Lee²

Email: tony.wibowo@uib.ac.id¹, 1831038.priscelia@uib.edu²

Fakultas Ilmu Komputer - Universitas Internasional Batam^{1,2}

Abstrak

Stiker merupakan media informasi visual digital yang digunakan untuk bertukar pesan yang terdapat di aplikasi *messenger*, salah satunya adalah LINE. *LINE Sticker* ada banyak jenis, seperti stiker pesan, animasi, kustom, dan juga jumbo. Dengan adanya stiker sebagai informasi visual, pertukaran pesan di dunia digital menjadi lebih mudah dimengerti. Peneliti akan merancang *LINE Sticker* dengan metode R & D (Research & Development) menggunakan aplikasi ilustrasi digital yakni, Medibang Paint Pro. Rancangan karakter stiker ini dibuat dengan referensi yang ada pada karakter *video game Leturn: Defense of Magic* (LDoM). Pengumpulan data diambil dari hasil observasi, wawancara, serta *research market*. Luaran dari rancangan ini adalah satu set *LINE Sticker chibi* dengan jumlah 16 buah stiker. Stiker tersebut dibuat dengan 2 *gender* berbeda, dengan perbandingan 6 buah stiker perempuan, 7 buah stiker laki-laki, dan 3 buah stiker pasangan. Pengembangan *LINE Sticker* dapat menjadi salah satu upaya pemasaran *video game* LDoM. Stiker ini diharapkan dapat memudahkan para pengguna dalam menyampaikan informasi.

Kata kunci : *Digital Marketing, Game, LINE Stiker, R & D.*

1. Pendahuluan

Seiring berkembangnya aplikasi *messenger*, hal ini dapat dikatakan sangat penting untuk masyarakat, khususnya di era digital ini. *Messenger* merupakan sebuah aplikasi untuk mengirim pesan dengan *platform*, yang digunakan untuk berkomunikasi dengan keluarga atau teman. Di *messenger*, pengguna dapat mengirim pesan, menelpon, bertukar foto dan video. Bentuk media yang kerap digunakan sebagai salah satu cara dalam mengutarakan perasaan saat mengirim pesan di *messenger* ialah stiker [13].

Stiker mempermudah user melalui komunikasi dalam aplikasi *messenger*. Lantaran, makna yang dapat dicapai oleh teks sering disalah pahami, diakibatkan tidak adanya interaksi secara langsung sehingga komunikasi terasa sangat hampa. Tak bisa dipungkiri, stiker kini telah berkembang cukup pesat bahkan dari sisi finansial sendiri, pendapatan yang diperoleh dari stiker cukup menguntungkan. Sudah lama sejak Charles Darwin mengungkapkan teori komunikasi textual nya itu serta menekankan bahwa ekspresi merupakan salah satu aspek penting dalam berkomunikasi. Awal mula diciptakan nya *emoticon* ialah agar para *user* dapat berkomunikasi melalui sistem email, sosmed,

maupun aplikasi *chatting* sehingga tampak lebih natural [9].

LINE sebagai salah satu platform penyedia stiker yang kerap digunakan oleh masyarakat ini berbasis di -Jepang, dengan sekitar 84 juta pengguna aktif bulanan di pasar asalnya pada tahun 2020. Aplikasi ini telah ada sejak 2011, namun mulai dikenal oleh masyarakat sejak tahun 2012 dikarenakan adanya stiker [7]. Pengembangan stiker pada aplikasi ini cukup menonjol, secara stiker dapat merepresentasikan sebuah ekspresi baik dari orang maupun karakter dalam *game*. Terlebih lagi, lazimnya LINE juga memiliki simbol karakter yang menjadi branding utama mereka, layaknya *McDonalds* dengan *Ronalds McDonalds*-nya. Sama dengan *McDonalds*, *game* juga termasuk bisnis yang membutuhkan branding. *Game* yang sedang populer saat ini ialah *mobile game* [18]. Maka dari itu, dengan kemajuan teknologi dan ketersediaannya *platform*, kita dapat memasarkan *LINE Sticker* sebagai salah satu upaya pemasaran. Dimana pengguna juga dapat menggunakannya dalam komunikasi sehari-hari [16].

Secara umum, kondisi pasar *mobile game* di dunia mengalami perubahan yang signifikan. Dengan skala market yang begitu luas serta pendapatan yang menakjubkan, tentunya menggiurkan para *developer* untuk mengganti target mereka ke program *mobile*

[8]. Namun, untuk para *indie developer*, yang minim akan anggaran dana, biasanya dana mereka berasal dari dana pribadi maupun *crowdfunding*. Pemasaran *game* pun menjadi langkah penting bagi mereka agar *game* mereka lebih dikenal luas. Apalagi, bersaing dengan begitu banyaknya *developer* untuk mendapatkan keuntungan dalam *market mobile* [6].

Setelah mengetahui pangsa pasar yang cukup menegangkan ini, pemasaran dengan menggunakan *LINE Sticker* untuk *game* dapat dikatakan cukup menguntungkan. Salah satu media atau *mobile game* yang akan peneliti terapkan ialah *Leturn: Defense of Magic* (LDoM). LDoM merupakan *game tower defense* yang menerapkan elemen-elemen *RPG story* mengenai dunia fantasi sihir. *Game* ini dikategorikan sebagai *game mid-core RPG* dengan total *market size* global mencapai \$280M. Oleh karena itu, perancangan *LINE Sticker* tentunya dapat menjadi sebuah strategi *marketing* bagi *mobile game*.

Perancangan *LINE Sticker* untuk LDoM akan dibuat dengan menggunakan metode R & D (Research & Development). R & D merupakan kegiatan melakukan penelitian pengembangan terhadap produk baru serta menguji keefektifan produk tersebut [14]. Dan pada pengembangan stiker ini, peneliti akan menggunakan aplikasi ilustrasi digital yakni, Medibang Paint Paint Pro. Stiker yang dibuat akan disesuaikan berdasarkan referensi dari karakter asli *game* LDoM, yang nantinya akan dibuat dalam bentuk *chibi* dengan jumlah satu set stiker yang berisi 16 buah ekspresi.

Berdasarkan paparan tersebut, masalah yang dapat dirumuskan yaitu “bagaimana cara merancang dan mengembangkan *LINE Sticker* dengan metode R & D menggunakan aplikasi Medibang Paint Pro?” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan cara merancang dan mengembangkan *LINE Sticker* dengan metode R & D menggunakan aplikasi Medibang Paint Pro sebagai upaya pemasaran untuk *mobile game* LDoM.

A. Kajian Pustaka

Penelitian yang diteliti oleh Aka, (2019) merupakan landasan utama dalam pengembangan topik ini. Penelitian ini merangkum kombinasi dari dua metode yaitu R & D-nya Borg & Gall dan Lee & Owen. Metode ini ditujukan sebagai alternatif penelitian dalam merumuskan kajian model pengembangan multimedia interaktif pada

sekolah dasar. Dikarenakan telah memiliki topik yang akan diteliti secara langsung, maka metode ini dilakukan untuk menciptakan produk maupun menguji keefektifan produk tersebut. Metode ini mencakup 10 langkah, yakni: 1) Penelitian & pengumpulan informasi, 2) Perencanaan, 3) Pengembangan awal produk, 4) uji lapangan I, 5) revisi produk I, 6) Uji lapangan pokok, 7) Revisi operasional produk, 8) Uji lapangan operasional, 9) Revisi final produk, dan 10) Diseminasi & Implementasi. Kajian model ini digunakan untuk meneliti pengembangan multimedia interaktif pada sekolah dasar yang kini kerap dituntut teknologi yang kian canggih seiring dengan berkembang pesatnya zaman.

Penelitian pendukung yang diteliti oleh Rosyadah, (2017) ini bersifat terapan, yang dimaksudkan untuk mengenalkan kepada masyarakat akan budaya-budaya lokal Indonesia dalam menghadapi perubahan musim, yang dituangkan dalam bentuk *LINE Sticker* serta manfaat yang didapatkan dari sisi ekonomi. Perancangan desain stiker yang diterapkan adalah *LINE Sticker* ekspresif dan edukatif yang dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Penyebaran angket dilakukan sebagai bentuk dari pengumpulan data. Perancangan stiker statis yang dibuat berjumlah 8 buah stiker. Perancangan stiker dibuat menggunakan aplikasi Paint Tool Sai dan Adobe Photoshop. Hasil desain stiker diunggah ke *LINE STORE* dan menunggu tinjauan dari pihak *LINE*.

Penelitian pendukung selanjutnya yang diteliti oleh Franzia, (2019) ialah sebuah penelitian mengenai *line sticker* yang ditujukan untuk merepresentasikan *creator* ataupun sebagai profilnya sendiri. Stiker ini dirancang dengan metode semiotika visual dikarenakan manusia merupakan individu yang tidak otonom. Semiotika visual merupakan salah satu metode semiotika yang secara khusus menitikberatkan pada makna melalui indera visual. Tanda merupakan unsur dasar bahasa yang dibentuk oleh penanda dan unsur petanda. Oleh karena itu, stiker Baba Kiko ini dirancang agar *creator* dapat lebih mudah merepresentasikan diri dalam berkomunikasi melalui stiker ini.

Penelitian terakhir yang diteliti oleh Riady et al., (2018) adalah penelitian terapan mengenai *line webtoon* yang bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap

jajanan tradisional pasar. Metode perancangan dirangkum menjadi 3 langkah, yaitu pengajuan wawancara mengenai jajanan tradisional pasar, data topik seperti gambar, resep yang dibahas berasal dari internet, dan terakhir melakukan interaksi dengan narasumber yang bersangkutan yaitu pedagang jajanan pasar. Para peneliti tersebut menggunakan metode 5W+1H untuk mengumpulkan informasi serta menganalisis permasalahan untuk mendapatkan solusi. Komik digital ini dibuat dengan menggunakan aplikasi Medibang dengan *tool brush* custom. Isi dari komik ini mencakup 18 *chapter*. Konten pada komik digital ini lebih mengarah ke informasi mengenai seputar info jajanan tradisional pasar beserta cara pembuatannya.

Berpijak pada penelitian-penelitian tersebut, peneliti akan melakukan perancangan pengembangan *LINE Sticker* secara langsung pada *game* LDoM dengan menggunakan metode R & D yang didasari dengan penelitian yang dilakukan oleh [1] yang dibatasi dengan 4 tahap. Peneliti juga akan melakukan pengembangan stiker sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh [13] dan juga pengembangan stiker ini akan dilakukan menggunakan aplikasi Medibang Paint Pro sesuai dengan penelitian dari [12]. Hasil stiker yang telah peneliti kembangkan akan digunakan sebagai dasar profil *game* LDoM berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [7]. Dengan demikian, kesimpulan yang didapatkan akan menjadi landasan utama peneliti dalam perancangan dan pengembangan *LINE Sticker* ini.

B. Dasar Teori

1) Stiker

Stiker merupakan salah satu bentuk ekspresi komunikasi dalam bentuk visual. Biasanya stiker akan dituangkan dalam bentuk 2D, dengan bantuan software atau aplikasi khusus. Jenis-jenis stiker dapat berupa stiker cetakan dan stiker digital, seperti stiker yang ada pada aplikasi LINE [13].

2) Digital Art

Ilustrasi digital merupakan ilmu yang diterapkan untuk mempelajari cara menciptakan seni visual maupun mengubah ilustrasi dengan menjelajahi program yang ada di komputer [15]. Gambar visual yang diciptakan terbagi menjadi dua tipe, yaitu vektor dan bitmap. Gambar vektor merupakan

serangkaian instruksi matematis yang dijabarkan dalam bentuk garis yang berhubungan satu sama lain. Sedangkan, gambar bitmap merupakan gambar bertipe raster yang mengandalkan jumlah *pixel* dalam satuan tertentu [3].

3) Chibi

Chibi merupakan kata yang berasal dari Bahasa Jepang yang berarti “orang pendek” atau “anak kecil” [19]. Chibi juga disebut sebagai karakter anime dalam bentuk yang lebih mungil dan imut.

4) Multimedia

Multimedia merupakan penggunaan beberapa media yang gabungan untuk menyampaikan informasi, baik dari bentuk teks, foto, video, audio, animasi, dan grafik [10]. Pengembangan teknologi yang pesat ini membuat segala hal menjadi lebih praktis. Kalangan yang menyukai hal baru pastinya akan menikmati multimedia yang dihadirkan dalam dunia teknologi informasi.

5) Media Sosial

Di era digital ini, media sosial adalah sesuatu yang sangat populer. Setiap orang yang memiliki handphone pastinya mempunyai setidaknya satu platform medsos tersebut. Media Sosial merupakan media *online* dimana para pengguna dapat bersosialisasi dalam menerima, maupun menyampaikan informasi. Adapun beberapa *platform* medsos yang sering digunakan masyarakat, yakni: 1) Whatsapp, 2) LINE, 3) Instagram, dan 4) Facebook [2].

6) Digital Marketing

Sebuah aktivitas dalam melakukan pemasaran untuk sebuah produk ataupun brand dengan menggunakan media digital. Langkah ini cukup penting, apalagi di era serba digital ini, semua orang dapat mengaksesnya. Tipe pemasaran digital pun sangat banyak, tergantung dengan kategori pemasaran internet. Dari sekian banyak tipe tersebut, pemasaran dengan menggunakan *line sticker* dinilai cukup efektif [4].

7) Social Media Marketing as Profile

Di Jaman serba teknologi ini, pastinya tak jarang akan adanya sosial media. Sosial media dapat dikatakan sebagai salah satu strategi *marketing* yang cocok untuk mengenalkan sebuah *game* kepada

calon *user* baru. Sebagai profil, stiker tentunya menjadi sebuah pilihan yang cukup bagus ditinjau dari beberapa contoh seperti *Mobile Legends* dan juga BTS dengan karakter stikernya BT21 [17].

8) *Medibang*

Medibang merupakan sebuah aplikasi gratis untuk melakukan ilustrasi digital yang dilengkapi dengan berbagai fitur gambar serta fitur *cloud* untuk memudahkan pengguna dalam menyimpan karyanya. *Medibang* juga tersedia untuk *platform windows, mac os, ios*, dan juga *android*. Aplikasi ini memiliki tipe *pen* serta *brush* yang cukup banyak dan kompleks. Serta bagi para pemula yang ingin memulai ilustrasi digital dapat mengikuti tutorial yang diberikan oleh aplikasi ini. Bagi yang ingin mengikuti lomba ilustrasi digital, aplikasi ini pun menyediakan lomba yang dibuka secara umum.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R & D). Aka, (2019) menjelaskan bahwa, penelitian R & D adalah kegiatan melakukan pengembangan terhadap produk baru serta menguji keefektifan produk tersebut. LDoM merupakan produk ataupun *brand game* yang akan dikenalkan kepada masyarakat luas secara langsung. Dengan itu, perancangan dan pengembangan *LINE Sticker* ini diawali dengan proses pengumpulan data sebelum tahap pengembangan. (Lihat Gambar 1).

Gambar 1. Alur Penelitian Pengembangan R & D
Narasumber dari penelitian ini ialah *main developer* dari *mobile game* LDoM, yaitu Bapak Julio Andryanto. Pengumpulan data dilakukan pada saat wawancara mengenai *game* LDoM, observasi *studio game*, serta *research market* pada *game* tersebut. Data yang didapatkan akan digunakan sebagai

landasan konsep stiker. Konsep *chibi* dengan ekspresi sehari-hari seperti senyum, kesal, menangis dan lainnya menjadi konsep utama stiker ini.

Tabel 1. List ekspresi karakter

No.	Nama Karakter	Ekspresi	Gender
1	Aria	Sad	Female
2	Aria	Smile	Female
3	Eulie	Cry	Female
4	Eulie	Happy	Female
5	Windy	Confused	Female
6	Windy	Stared	Female
7	Xenos	Fighting	Male
8	Xenos	Laughed	Male
9	Rufus	Sleep	Male
10	Rufus	Annoyed	Male
11	Thayer	Angry	Male
12	Thayer	Sorry	Male
13	Thayer	Thank you	Male
14	Windy & Xenos	Cute	Female & Male
15	Aria & Rufus	Love	Female & Male
16	Eulie & Thayer	Petting head	Female & Male

Kemudian akan dilanjutkan ke tahap pengembangan (lihat Gambar 2).

Gambar 2. Tahapan pengembangan SLCE

Gambaran awal stiker dibahas bersama dengan tim dari *mobile game* tersebut. Contoh hasil sketsa dapat dilihat pada Gambar 3:

Gambar 3. Sketsa kasar stiker

Setelah sketsa tersebut selesai dibuat, akan dilanjutkan dengan *line art* (lihat Gambar 4). Dimana tahap ini dibuat untuk mendapatkan visualisasi bersih tanpa adanya coretan kasar.

Gambar 4. *Line Art* karakter - windy

Setelah *line art* selesai dilakukan, peneliti akan memberikan warna sesuai dengan elemen-elemen masing-masing karakter (lihat Gambar 5).

Gambar 5. *Coloring* karakter – windy

Stiker yang selesai diwarnai akan di *export* sebagai *prototype* (lihat Gambar 6). *Prototype* ini kemudian akan dievaluasi kembali oleh pihak dari LDoM.

2. Windy – Stared

Gambar 8. Karakter Windy – Stared Male

Gambar 6. *Prototype* karakter – windy

Setelah evaluasi stiker selesai, peneliti akan melakukan penyebaran Google Form untuk mendapatkan *user acceptance test*. Penyebaran form ini akan disebarluaskan kepada total 100 responden, dengan masing-masing 50 responden laki-laki dan 50 responden perempuan dengan jumlah 5 buah pertanyaan.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Final Design Stiker

Berikut penjelasan implementasi *line sticker* dengan menggunakan alur SLCE (*Sketching, Line Art, Coloring, Exporting*) dengan 2 gender:

1. Eulie – Happy

Gambar 7. Karakter Eulie - Happy

Ekspresi dari karakter Eulie ini adalah ekspresi senang. Ekspresi senang ini digambarkan dengan lompatan ringan dari tubuh Eulie dengan senyuman lebar. Ditambah dengan sedikit bunga untuk menggambarkan suasana senang yang diberi warna merah muda (Lihat Gambar 7)

Ekspresi dari karakter Windy ialah ekspresi termenung. Suasana dari ekspresi termenung ini digambarkan dengan Windy yang sedang menatap ke arah siput yang sedang berjalan diatas genangan air (Lihat Gambar 8).

3. *Xenos – Fighting*

Gambar 9. Karakter *Xenos – Fighting*
Karakter yang Bernama *Xenos* ini ditetapkan dengan warna utama merah dan biru kehitaman. Ekspresi dari *Xenos* adalah semangat. Ekspresi semangat ini ditunjukkan dengan *gesture* tangan *Xenos* yang diangkat ke atas. Suasana pendukung digambarkan dengan tulisan “fighting!” (Lihat Gambar 9).

4. *Thayer – Sorry*

Gambar 10. Karakter *Thayer – Cry*
Maaf adalah ekspresi dari karakter *Thayer*. Ekspresi ini digambarkan dengan mimik penuh penyesalan dan air mata berlinang hingga membentuk genangan air di lantai. Bebek ditambahkan agar keseluruhan stiker lebih terlihat imut. “I’m sorry” ditulis dalam Bahasa Inggris dengan arti maafkan saya (Lihat Gambar 10).

5. *Eulie & Thayer – Petting Head*

Gambar 11. Karakter *Eulie & Thayer – Petting Head*

Elus kepala adalah ekspresi terakhir yang ditunjukkan oleh pasangan karakter *Eulie* dan *Thayer*. Ekspresi ini ditunjukkan dengan *Eulie* yang berantusias mengelus kepala *Thayer*, agar ia kembali tenang (Lihat Gambar 11).

B. Preview Penerapan Pengembangan Stiker

Gambar 12. Preview Stiker yang akan diunggah ke LINE STORE

LINE Sticker yang diunggah akan disesuaikan dengan ukuran yang ditentukan (Lihat Gambar 12). Berikut merupakan syarat yang ditentukan oleh pihak LINE:

- 1) Tampak gambar utama *LINE OFFICIAL STORE* dengan tipe file .png, dimana perbandingan lebar dan tinggi sebesar 240 pixel x 240 pixel.
- 2) Tampak satu paket stiker dengan jumlah 16 macam stiker. Dengan tipe file .png, di mana perbandingan paling optimal 370pixel x 320pixel.
- 3) Tampak stiker di ruang *chat*, satu biji stiker dengan format tipe .png, dimana perbandingan 96 pixel x 74 pixel.

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang tertera pada penelitian yang dilakukan oleh Putra et al., (2017), peneliti menyebarkan kuesioner dalam bentuk Google Form kepada 100 responden. Terbagi menjadi 50 responden laki-laki serta

50 responden perempuan. Hasil dari 100 responden yang sudah mengisi form, 4,72 responden merasa stiker ini memiliki kesan yang baik dan 4,68 responden merasa dari segi gambar sangat menarik. Sebanyak 4,85 nilai responden merasa stiker ini memudahkan dalam mengekspresikan kata-kata. Dari nilai 4,60 responden dan 4,35 responden merasa tertarik untuk bermain *game* LDoM. Dilihat dari hasil keseluruhan nilai, para responden merasa bahwa stiker ini cukup menarik baik dari segi gambar maupun penyampaian informasi. Stiker ini nantinya akan diunggah ke *LINE STORE* disesuaikan dengan *plan* waktu dari pihak Dreams Studio, dimana setelah rilis akan di *share* di berbagai *official account* sosmed Dreams Studio agar *user* dapat mengenal lebih dekat karakter yang terdapat pada *game* LDoM.

4. Kesimpulan

Stiker ini didesain dan dikembangkan melalui metode R & D, dimana *game* yang akan di *research* secara langsung adalah *Leturn: Defense of Magic*. Dari berbagai metode pengembangan yang ada, metode ini menjadi pilihan yang tepat, dikarenakan peneliti telah memiliki studi kasus ataupun *brand* yang akan di *research* secara langsung, yaitu LDoM, dan peneliti akan mengembangkan stiker sebagai *tools* ataupun menjadi sebuah *profile* untuk mengenalkan *game* ini kepada masyarakat luas. Keseluruhan konsep dari *desain* stiker ini merupakan ekspresi sehari-hari dari karakter *mobile game Leturn: Defense of Magic*. Karakter-karakter ini didesain berdasarkan referensi dari *mobile game* tersebut. Baik dari latar belakang sampai dengan sifat masing-masing karakter, telah ditelaah secara seksama. Stiker ini berisi 16 buah ekspresi dengan total 6 buah stiker berjenis kelamin perempuan, 7 buah stiker berjenis kelamin laki-laki, dan 3 buah stiker pasangan. Pengembangan stiker ini dilakukan dengan metode R & D menggunakan aplikasi ilustrasi digital Medibang Paint Pro seri 25.4.

Pengumpulan data diambil dengan sistem wawancara, observasi, dan *research market*. Pengembangan stiker dengan tahapan SLCE, yaitu *Sketching*, *Line Art*, *Coloring*, *Exporting*. Tahapan SLCE ini mempermudah serta mempersingkat fase ilustrasi stiker-stiker tersebut. Stiker-stiker yang telah selesai dikembangkan akan diunggah ke *LINE STORE*, sesuai dengan *plan* waktu yang ditetapkan oleh pihak Dreams Studio.

Selama pengembangan *LINE Sticker* ini, peneliti telah menangani kesulitan-kesulitan yang ada. Baik dari miskomunikasi pemilihan konsep, sampai dengan penguluran waktu pembahasan, karena adanya masalah mendadak. Beragam masalah yang ada pada pengembangan *LINE Sticker* ini dapat terselesaikan berkat hasil kerja sama komunikasi tim yang baik dari pihak LDoM. Pengembangan *LINE Sticker* ini dapat menjadi salah satu upaya baik dalam mencerminkan perkembangan pemasaran video *game*. Dimana stiker ini ditujukan untuk mengenalkan LDoM kepada masyarakat luas yang belum tahu akan *game* ini. Kedepannya juga dapat meningkatkan *downloader* dan loyalitas *player* terhadap *game* secara langsung.

Dapat dilihat dari hasil diatas bahwa *line sticker* dapat digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan sebuah *game*. Konsep *line sticker* dapat dibuat dalam bentuk *seasonal* agar setiap set stiker memiliki ciri khasnya tersendiri. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan objek baru seperti *line theme*.

5. Daftar Pustaka

- [1] Aka, K. A. (2019). Integration Borg & Gall (1983) and Lee & Owen (2004) models as an alternative model of design-based research of interactive multimedia in elementary school. *Journal of Physics: Conference Series*, 1318(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1318/1/012022>
- [2] Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., & Gentzkow, M. (2020). The

- Welfare Effects of Social Media. *American Economic Review*, 110(3), 629–676.
<https://doi.org/10.1257/aer.20190658>
- [3] Antonius, S., & Sama, H. (2020). Studi Komparasi Bitmap dan Vector terhadap Kualitas Digital Art: Case Study Deviantart Nabhan. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 596–603.
- [4] Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95.
<https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- [5] Asep, P., Eko Rusminto, N., & Sunarti, I. (2019). Pengembangan Media Gambar Untuk Menulis Puisi Kelas X SMA. *J-Simbol: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(1), 1–9.
- [6] Farras, B. (2019). Ini Alasan Perusahaan Game RI Kalah Saing dengan Asing. CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190425073936-37-68717/ini-alasan-perusahaan-game-ri-kalah-saing-dengan-asing>
- [7] Franzia, E. (2019). The Baba Kiko LINE Sticker as a Creator's Virtual Representation. *Proceedings of 1st Workshop on Environmental Science, Society, and Technology, WESTECH*.
<https://doi.org/10.4108/eai.8-12-2018.2283849>
- [8] Hudrasyah, H., Briantono, N., Fatima, I., & Rahadi, R. A. (2019). Marketing Strategy for Game Developer Based. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 5(14), 78–92.
- [9] Kencana, W. H. (2017). Pemaknaan Sticker Emoticon Instant Messenger sebagai Media Komunikasi Politik. *Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi*, 19(3), 444.
- [10] Meixner, B. (2017). Hypervideos and interactive multimedia presentations. *ACM Computing Surveys*, 50(1), 1–34.
<https://doi.org/10.1145/3038925>
- [11] Putra, M. A. T., Dengen, N., & Syakir, A. (2017). Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Banjir Berbasis Multimedia Animasi Motion Graphic. *Prosiding SAKTI (Seminar Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi)*, 2(1), 60–67.
- [12] Riady, J., Waluyanto, H. D., & Zacky, A. (2018). Perancangan Komik Webtoon "Eksplor Jajanku" Untuk Remaja. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(12), 1–9.
- [13] Rosyadah, A. (2017). Perancangan Desain Stiker Messenger Aplikasi Line Bertema "Musim di Indonesia". *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, 1(5), 484–492.
- [14] Salimi, N., & Rezaei, J. (2018). Evaluating firms' R & D performance using best worst method. *Evaluation and Program Planning*, 66(1), 147–155.
<https://doi.org/10.1016/j.evalproplan.2017.10.002>
- [15] Simanjuntak, A. V. (2018). Meningkatkan Kemampuan Menganalisis Teks Eksplanasi Dengan Media Ilustrasi Digital. *Jurnal Komunitas Bahasa*, 6(2), 88–97.
- [16] Steinberg, M. (2020). LINE as Super App: Platformization in East Asia. *Social Media and Society*, 6(2).
<https://doi.org/10.1177/2056305120933285>
- [17] Wawrowski, B., & Otol, I. (2020). Social media marketing in creative industries: How to use social media marketing to promote computer games? *Information (Switzerland)*, 11(5), 242.
<https://doi.org/10.3390/INFO11050242>
- [18] Wibowo, T. (2021). Studi Faktor Pendukung Popularitas Multiplayer Online Battle Arena dengan Pendekatan Kuantitatif. *Ultima InfoSys : Jurnal Ilmu Sistem Informasi*, 12(1).