

# Perancangan Video Game untuk Remaja Generasi Z dalam Persiapan Memasuki Dunia Kerja

Cyntia<sup>1</sup>, Bing Bedjo Tanudjaja<sup>2</sup>, Daniel Kurniawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,  
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236  
Email: cyntiawardana@gmail.com

## Abstrak

Dunia pekerjaan merupakan salah satu tahap yang pastinya akan dihadapi oleh semua orang. Generasi yang akan memasuki dunia pekerjaan selanjutnya adalah generasi Z yang memiliki sifat yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Karena perbedaan tersebut maka untuk mempersiapkan generasi Z yang akan masuk dalam dunia pekerjaan, perlu adanya media yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh generasi Z terutama mengenai *softskill*. Melalui video game berbentuk visual novel sebagai media edukasi maka diharapkan perancangan ini dapat memberikan informasi untuk mempersiapkan generasi Z dalam memasuki dunia pekerjaan.

**Kata kunci:** Media Edukasi, *Video Game*, Visual Novel, Generasi Z, *Soft Skill*.

## Abstract

**Title:** *Video Game Design for Generation Z Teenagers in Preparation for Entering The Workplace.*

*The world of working is one of the steps that anyone will have to take. The next generation to enter the workplace is generation Z, which have a very different personality from other generations. Because of those differences, there is a need for media to prepare generation Z by providing information, especially in soft skill to enter the workplace. Through the making of this video game with a visual novel genre as an educational media, hopefully, this design can give the information to prepare generation Z in entering the workplace.*

**Keywords:** *Educational Media, Video Game, Visual Novel, Generation Z, Soft Skill.*

## Pendahuluan

Perkembangan dunia ini tidak bisa dipisahkan dari munculnya berbagai macam generasi yang memiliki sifat dan perilaku serta pandangan yang berbeda. Generasi yang selanjutnya akan memasuki dunia pekerjaan adalah generasi Z.

Generasi Z merupakan anak yang lahir antara tahun 1995 sampai 2012 (Stillman, 2017). Generasi Z sendiri merupakan generasi yang cukup spesial bila dibandingkan generasi lainnya. Hal ini dikarenakan generasi Z merupakan generasi pertama yang merupakan *digital natives* dimana anak generasi Z sudah terbiasa dengan keberadaan teknologi dan juga internet sejak kecil, sehingga teknologi dan juga internet merupakan suatu bagian hidup yang tidak dapat terpisahkan dari diri Generasi Z. Sebagai akibat dari hal tersebut diatas, generasi Z ini berbeda bila dibandingkan dengan generasi sebelumnya yang tidak merasakan keberadaan teknologi dan juga internet seumur hidupnya. Perbedaan yang ada dikarenakan

oleh banyak faktor, seperti keluarga, pendidikan, tempat tinggal, etnis, agama dan banyak hal lainnya. Namun ada satu sifat yang terlihat sangat jelas pada anak generasi Z ini yaitu bahwa anak generasi Z sangatlah khawatir mengenai uang (Stillman, 2017). Dikarenakan hal tersebut, tak heran bila anak generasi Z sudah memikirkan uang dan cara menghasilkan uang semenjak masa kecil.

Meski terlihat bahwa anak generasi Z sangatlah ambisius mengenai bisnis, berdasarkan artikel (Tribun, 2018) dan juga (Sukmana, 2019) dapat terlihat bahwa kenyataannya, anak generasi Z ini sangatlah cemas akan masa depan. Hasil penelitian (*The Center For Generational Kinetics*, 2017), menunjukkan hal yang dibutuhkan oleh anak generasi Z untuk sukses adalah komunikasi dan juga kemampuan untuk menyelesaikan masalah, sementara yang ditakuti ialah *public speaking* dan komunikasi.

Cara komunikasi generasi Z dan generasi sebelumnya ialah sangat berbeda. Perbedaan yang terjadi

dikarenakan oleh keberadaan *gadget* yang tak dapat dipisahkan dari generasi Z tersebut. “Dalam kehidupan berkomunikasi, generasi Z memperlihatkan fenomena bahwa tidak ada jurang pemisah antara diri mereka di dunia maya dan dunia nyata. Layanan *chat online* setiap saat; intensitas pertemuan fisik dengan orang lain berkurang; dan bahkan jika dalam pertemuan, *gadget* tetap tidak terlepas dari tangan, dan berbagi fokus antara dunia maya dalam *gadget* yang terenggam dan dunia nyata dengan orang di hadapan” (Husna, 2018). Dikarenakan oleh adiksi generasi Z akan *gadget*, hal tersebut berdampak pada kurangnya sosialisasi yang mengakibatkan kompetensi sosial yang sangat kurang. Kurangnya sosialisasi generasi Z ini dapat berdampak buruk bagi anak generasi Z saat mencari pekerjaan dan juga bagi perusahaan dimana anak generasi Z akan bekerja nantinya. Oleh karena itu, maka itu kemampuan untuk berkomunikasi haruslah segera dilatih. Terlebih lagi, bila melihat artikel (Nugroho, 2018) yang membahas 15 pekerjaan paling populer untuk generasi Z seperti dilansir dari Business Insider, tertera pekerjaan yang paling populer ialah sebagai *mobile developer, data scientist, product manager, developer, devops engineer, UI/UX designer, financial analyst, business analyst, system administrator, operation manager, accounting manager, sales representative, technical support manager, marketing associate* dan juga sebagai *customer service*. Dari artikel tersebut, banyak dari pekerjaan yang diminati ialah masih berkuat dengan interaksi dengan orang lain, dimana dibutuhkan kemampuan berkomunikasi yang cukup tinggi.

Untuk meningkatkan tingkat komunikasi tersebut maka digunakanlah *video game* sebagai media untuk menjangkau anak generasi Z. Ini adalah generasi yang suka bermain game dan tak suka untuk berbicara dengan orang lain. Jika membuat kehidupan sehari – hari lebih seperti *game* yang dapat dimainkan dalam telepon, maka generasi Z akan lebih cenderung untuk berpartisipasi (tpawelka, 2018). *Video game* merupakan sesuatu *artifact* melalui media digital visual yang dibuat sebagai objek hiburan melalui keberadaan peraturan dan *objective gameplay* atau *interactive fiction* (Travinor, 2009). Dikarenakan oleh sifat *video game* yang kuat dalam digital media maka tak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut membuat *interactive fiction* elemen dalam game untuk dapat dirasakan langsung oleh pemain, sehingga membuat serasa masuk dalam dunia imajinasi tersebut. Hal ini membuat *video game* merupakan pilihan yang tepat dalam penyampaian pesan yang ingin disampaikan oleh penulis. Terlebih lagi fiksi merupakan suatu bentuk yang cocok untuk pelajaran moral, refleksi dan lain – lain.

## Metode Penelitian

### Data yang Dibutuhkan

Data Primer: Data mengenai kenyataan pekerjaan di dunia nyata yang dialami oleh Generasi Z serta sifat serta aspirasi Generasi Z dalam bekerja, yang akan didapat menggunakan metode wawancara.

Data Sekunder: Data mengenai kenyataan pekerjaan generasi X dan Y, sifat Generasi X dan Y dalam pekerjaan, serta teori – teori mengenai cara pembuatan game yang baik serta materi mengenai perbedaan generasi dan data lain yang dapat mendukung pembuatan perancangan ini.

### Metode Pengumpulan Data

Wawancara digunakan untuk mendapatkan data primer yang dibutuhkan, sementara internet dan studi literatur diperlukan untuk mendapatkan data-data tambahan.

### Alat Pengumpulan Data

Laptop, alat tulis, buku, alat rekam digunakan sebagai alat bantu dalam pengumpulan data yang diperlukan.

### Metode Analisis data

Metode perancangan yang dilakukan ialah secara kualitatif dengan menggunakan 5W+1H.

- *What (apa)* : Apa saja pesan yang akan disampaikan.
- *Who (siapa)* : Siapa yang menjadi *target audience* serta *target market* dari perancangan *video game* yang akan dibuat.
- *Where (dimana)* : Dimanakah lingkup perancangan *video game* yang akan dibuat.
- *When (kapan)* : Kapan perancangan *video game* ini akan dibuat.
- *Why (mengapa)* : Mengapa menggunakan media video game.
- *How (bagaimana)* : Bagaimanakah menyampaikan pesan melalui media *video game*.

## Landasan Teori

### Pengertian Video Game

*Video game* merupakan artefak melalui media *digital visual* yang dibuat sebagai objek hiburan melalui keberadaan peraturan dan *objective gameplay* atau *interactive fiction* (Tavinor 2009).

### Video Game Player

*Video game player* merupakan orang yang bermain *video game*, namun pemain *video game* sendiri dapat dibedakan menjadi banyak kategori seperti gender, usia, tempat tinggal, dan masih banyak lainnya.

### **Komponen dan Elemen Video Game**

Dalam pembuatan suatu game tentunya ada hal-hal yang perlu diperhatikan untuk membuat game yang baik.

- Objektif
- Peraturan
- *Reward System*
- *Gamplay*
- *Story*
- Karakter
- Narasi
- *User Interface*

### **Genre of Games**

Dengan perkembangan zaman dan majunya teknologi, macam-macam jenis *video game* yang ada menjadi semakin luas. Berdasarkan (Stahl, 2005) beberapa dari *genre* dari *video games* adalah *shooter*, *first-person-shooter (FPS)*, *adventure*, *platform*, *role-playing games (RPGs)*, *puzzle*, *simulations*, *strategy/tactic*, *sports*, *fighting*, *dance/rhythm*, *survival horror*, dan *hybrids*.

Dalam *genre* *adventure*, terdapat macam-macam sub-*genre*. salah satu dari sub-*genre* dari *game* *adventure* adalah *visual novel*, dimana sub-*genre* tersebut lebih fokus terhadap narasi yang interaktif. *Visual novel* sendiri merupakan sejenis audio visual *game* yang menawarkan kekuatan visual melalui narasi dan visual karakter.

### **Video Game Sebagai Sarana Edukasi**

Menurut (Squire, 2003), *video game* adalah media yang populer dan juga berpengaruh karena banyak faktor. Pertama adalah bagaimana *video game* dapat mengeluarkan reaksi emosional yang kuat dari pemain, seperti rasa takut, kekuatan, agresi, takjub, ataupun bahagia. Hal tersebut dapat diciptakan karena perpaduan komponen seperti sifat karakter, *game* rewards, obstacle, narasi dalam *game*, kompetisi dengan pemain lainnya, dan banyak kesempatan untuk berkolaborasi dengan pemain lainnya. Komponen-komponen dari *game* apabila diatur dengan baik dengan menggunakan konten yang sesuai akan dapat sekali dimanfaatkan sebagai sarana edukasi.

### **Generasi**

Generasi merupakan sebuah kumpulan orang yang lahir pada sekitar waktu yang sama dan dibesarkan di sekitar tempat yang sama. Orang yang dikelompokkan dalam kelompok berdasarkan kelahiran ini menunjukkan karakteristik, preferensi, dan value yang mirip. Kemiripan tersebut adalah karena merasakan pengalaman yang sama dan juga mengalami trend yang sejenis pada tahapan hidup mereka. Ada 3 hal kunci yang membentuk sebuah generasi yaitu, cara didik orang tua, teknologi, dan ekonomi (The Center For Generational Kinetics, 2017).

### **Generasi Z**

Gen Z atau kadang yang diketahui sebagai *iGen* atau *Centennials* merupakan yang memiliki tahun kelahiran 1995-2012 (Stillman & Stillman, 2017).

### **Pembahasan**

#### **Konsep Kreatif**

Merancang video game yang dapat mengedukasi generasi Z mengenai soft skill dalam dunia pekerjaan dengan cara menggunakan bentukan visual novel yang didalamnya terdapat beberapa pilihan yang akan menghasilkan ending yang berbeda sehingga target audience dapat mengetahui kemungkinan respon yang dapat diterima.

#### **Tujuan (what to say)**

Merancang video game yang dapat mengedukasi remaja Generasi Z dalam persiapan untuk masuk dunia pekerjaan khususnya mengenai soft skill dalam bekerja.

#### **Topik dan Tema Pembelajaran**

##### ●Topik: Soft skill

Soft skill yang dijadikan sebagai topik merupakan soft skill yang dibutuhkan dalam bekerja, seperti kreativitas, kemampuan persuasi, kemampuan berkolaborasi, kemampuan beradaptasi, dan juga mengenai manajemen waktu.

Hal tersebut sangatlah penting, karena untuk bekerja ada banyak faktor yang perlu diperhatikan, dan soft skill adalah hal yang sering dilupakan, namun diperlukan, Soft skill sangatlah dibutuhkan terutama dalam dunia pekerjaan, karena dunia pekerjaan adalah salah satu tempat bertemunya banyak orang yang memiliki banyak sekali perbedaan. Apabila soft skill dalam pekerjaan kurang, maka bukan hanya diri sendiri yang dirugikan, namun juga orang lain.

##### ●Tema: Pekerjaan

Tema yang diambil adalah pekerjaan, dimana anak generasi Z sudah dan akan menjajakkan kaki dalam dunia pekerjaan dimana tempat bekerja tersebut yang belum tentu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh generasi Z, namun perlu diketahui bahwa anak generasi Z harus mampu untuk beradaptasi karena jumlah generasi Z yang masuk dalam dunia pekerjaan belumlah banyak.

#### **Sub Pokok Bahasan**

##### ●Belajar menggunakan Bahasa Inggris

Game yang akan dirancang ini menggunakan bahasa Inggris, karena bahasa Inggris merupakan bahasa yang paling banyak digunakan dalam berkomunikasi di dunia. Dengan mampu menggunakan bahasa Inggris dengan baik dan benar dengan penataan penulisan yang tepat maka hal tersebut dapat menjadi

nilai tambahan dalam bekerja, terutama di dunia pekerjaan yang semakin bersifat global.

- **Decision Making**

Kemampuan untuk menentukan pilihan adalah hal yang penting untuk dimiliki terutama karena hidup tidak dapat dipisahkan dari pembuatan keputusan. Setiap hal yang dilakukan merupakan sebuah keputusan yang diambil, dan anak generasi Z perlu sadar bahwa pilihan yang telah dipilih dapat berdampak buruk maupun baik dalam hidup, dan juga bila sudah memilih, maka kita harus menjalani pilihan masing-masing.

### **Karakteristik Target Audience**

- **Demografis**

Gender: Pria Dan Wanita

Usia: 15 – 22 tahun

Status: SMA/SMK, kuliah, kerja dan atau sedang menjalani kerja profesi

- **Geografis**

Bertempat tinggal di pulau Jawa dan sekitarnya, khususnya di kota Surabaya.

- **Psikografis**

Peduli mengenai masa depan dan persiapannya, khususnya mengenai pekerjaan.

Ingin bekerja, baik dalam corporate maupun secara freelance

Memiliki keinginan untuk self-improvement

- **Behaviour**

Suka bermain game dan mencoba-coba game baru

Selalu membawa handphone/smartphone

Aktif dalam sosial media

### **Indikator Keberhasilan Permainan**

Indikator keberhasilan dari perancangan ini adalah apabila pemain mengerti bahwa pilihan mereka dapat mempengaruhi ending dimana ending yang ada dibagi menjadi tiga macam yaitu:

- **True Ending:** dimana pemain dapat memilih semua pilihan yang paling benar.

- **Good Ending:** Dimana pemain dapat memilih pilihan yang tepat namun tidak sempurna.

- **Bad Ending:** dimana pemain memilih pilihan yang salah atau tidak sesuai.

### **Konsep Pembelajaran**

Pemain akan memainkan game yang dirancang dengan mengunduh file game yang dirancang ke dalam *smartphone* yang dimiliki. Game akan mengandung cerita dimana dalamnya terdapat pilihan-pilihan yang dapat menentukan hasil akhir dari game tersebut. Dalam perancangan game ini akan terdapat satu *true ending* untuk tiap jalur yang dipilih dan beberapa *good and bad endings* yang tersebar dalam game yang akan dirancang.

### **Jenis Media Pembelajaran**

*Video game* dengan *sub-genre Visual Novel*.

### **Gameplay**

*Game* yang akan dirancang menceritakan sebuah perjalanan seseorang yang bekerja setelah lulus dari bangku kuliah. Kurun waktu dari awal sampai akhir game adalah tiga bulan waktu dalam game.

Pada awal bermain game, pemain akan diberi pilihan untuk memilih dua jalur yang berbeda, yaitu masuk dalam perusahaan atau memulai menjadi seorang *freelancer*. Pilihan tersebut akan menentukan cerita yang akan dijalani. Setelah memilih pilihan awal tersebut, maka lanjut ke dalam cerita untuk masing-masing jalur yang dipilih. Pada setiap jalur yang dipilih, pemain akan mempunyai kesempatan untuk memilih pilihan yang dapat menentukan akhir dari game ini.

### **Proses Desain**

#### **Storyline**

Menceritakan mengenai anak yang lulus dari bangku kuliah dan harus memikirkan akan masa depan dalam dunia pekerjaan. Dalam *scene* ini, Michelle Charon/MC bertemu dengan teman baiknya Bianca Franqi/BF pada saat kelulusan yang bertujuan sebagai pengantar mengenai kekhawatiran yang dimiliki saat lulus.

Setelah itu pemain akan diarahkan untuk memilih pilihan yaitu untuk memilih jalur perusahaan atau merintis karir sebagai *freelancer*. Adanya kedua pilihan adalah untuk memberi opsi bagi pemain untuk tahu perbedaan antara bekerja di kantor dengan bekerja sendiri.

Dari jalur yang dipilih tersebut, maka pemain akan mulai merasakan bekerja sesuai dengan pilihan yang telah dipilih dan juga masalah yang dihadapi pada jalur yang berbeda melalui dialog antara karakter dan juga melalui pilihan yang akan dapat dipilih oleh pemain.

Dalam jalur perusahaan, maka pemain akan melalui banyak peristiwa yang dapat terjadi bila memasuki sebuah perusahaan, seperti mengenai bagaimana cara berkomunikasi dengan rekan kerja, bagaimana mengatur waktu yang baik, mengenai etika dalam bekerja dan banyak hal lainnya seputar bekerja dalam perusahaan.

Untuk jalur *freelance*, pemain akan melalui banyak peristiwa, yaitu mengenai konflik dengan orang tua, membuat portfolio, masalah dengan teman, menghadapi kelen, dan masih banyak hal lainnya. Pada setiap peristiwa tersebut akan terdapat pilihan-pilihan yang akan berdampak pada *ending* yang akan didapat.

Apabila pemain dapat memilih pilihan dengan benar sampai akhir, maka pemain akan menadapat sebuah *scene* yang menandakan bahwa pemain tersebut berhasil menerima *true ending*. Bila pemain tidak dapat memilih semua pilihan yang benar, maka pemain akan mendapatkan *good ending* maupun *bad ending*.

Perbedaan antara *good ending* dan *bad ending* adalah, bila mendapat *bad ending*, maka pemain akan langsung kembali ke halaman utama dari *game* dan harus mengulang lagi dari awal. Hal tersebut berbeda dari *good ending* yang masih dapat melanjutkan permainan meski pilihan yang dipilih tidak yang paling benar. *Good ending* menandakan bahwa pilihan yang dipilih masih baik sehingga pemain tidak mendapat *bad ending*.

Tujuan dari adanya *ending* yang berbeda-beda tersebut adalah untuk menandakan bahwa pilihan yang dibuat dalam dunia nyata dapat memiliki hasil yang berbeda-beda sesuai dengan pilihan yang dipilih, oleh karena itu ada *good ending*, *bad ending*, dan *true ending*.

### Desain Karakter

- Michelle Charon (MC)

Michelle Charon adalah karakter utama dari *game* ini yang merupakan anak Generasi Z yang baru lulus dari universitas desain. Dia merupakan anak yang *easy-going* dan memiliki sedikit adiksi untuk pada media sosial.



Gambar 1. Final Michelle Charon

- Reys Dunham

Reys merupakan supervisor untuk tim desain dimana Michelle akan mulai bekerja. Dia terkenal sebagai

orang yang baik karena perilakunya kepada semua orang.



Gambar 2. Final Reys Dunham

- Ratna Ayu Putri

Ratna adalah kepala desainer dalam tim dimana Michelle akan mulai bekerja. Ratna adalah orang yang cukup serius dengan pekerjaannya. Karena sifat yang serius tersebut maka banyak yang berasumsi dia adalah orang yang cukup kejam, namun pada kenyataannya, Ratna adalah wanita yang sangat baik dan penuh perhatian.



Gambar 3. Final Ratna Ayu Putri

- David Figuiet

David adalah copywriter dalam tim dimana Michelle akan mulai bekerja. Dia adalah orang yang cukup santai dan memiliki prinsip untuk menjalani apapun yang terjadi.



Gambar 4. Final David

- Bianca Franqi

Bianca adalah teman Michelle dari kecil yang cukup strict. Dia adalah teman yang pengertian dan baik.



Gambar 5. Fiaal Bianca

## Environments



Gambar 6. Environments

## Font

Font yang digunakan dalam game ini adalah *Nasalization*. Font tersebut dipilih karena memiliki unsur kaku yang sesuai dengan nuansa game yang dibuat. Font tersebut juga merupakan *Sans-Serif* yang dapat menambah kejelasan teks dan juga tidak membuat mata cepat lelah.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890  
 !@#\$%^\*()\_+

Gambar 7. Font Nasalization pt 12

## Logo

**MY  
 NEXT  
 STEP**

Gambar 8. Final Logo



## Media



Gambar 9. Post Instagram



Gambar 13. Final Media

## Simpulan

Dunia pekerjaan merupakan salah satu tahap yang pastinya akan dihadapi oleh semua orang. Generasi yang akan memasuki dunia pekerjaan selanjutnya adalah generasi Z yang memiliki sifat yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Karena perbedaan tersebut maka untuk mempersiapkan generasi Z yang akan masuk dalam dunia pekerjaan, perlu adanya media yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh generasi Z terutama mengenai *softskill*. *Soft skill* sangatlah penting bagi anak generasi Z karena *soft skill* mencakup banyak hal, mulai dari bagaimana cara berkomunikasi, cara

mengatur waktu dan juga membuat keputusan. Hal-hal tersebut merupakan yang dibutuhkan oleh anak generasi Z dalam dunia pekerjaan, baik bila bekerja dalam sebuah perusahaan maupun bekerja sendiri.

Berdasarkan alasan di atas maka tujuan perancangan ini adalah membuat visual novel yang dapat membantu anak generasi Z dalam persiapan mereka untuk memasuki dunia pekerjaan dengan cara memberikan kemungkinan kejadian yang dapat terjadi pada dunia nyata dan bagaimana tanggapan yang mereka berikan dalam suatu kejadian tersebut dapat menghasilkan hasil yang berbeda. Perancangan visual novel "My Next Step" ini diharapkan dapat membantu anak generasi Z dalam persiapan memasuki dunia pekerjaan.

Dalam pengerjaan perancangan ini, waktu sangatlah penting untuk diperhatikan karena untuk membuat sebuah *visual novel* membutuhkan waktu yang cukup banyak. Meski dengan waktu yang cukup singkat, namun membuat sebuah *visual novel* dalam waktu tiga bulan masih sangat mungkin apabila waktu dimanfaatkan sebaik mungkin.

## Saran

Bagi peneliti dan perancang yang akan mengambil topik yang serupa, disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut lagi untuk dapat memberi kemungkinan kejadian yang dapat terjadi. Hal lain yang perlu diingat adalah mengenai pentingnya mengatur waktu karena membuat *visual novel* memiliki banyak unsur seperti naskah, karakter, latar belakang, *audio*, animasi dalam *game*, dan masih banyak lain yang perlu dikerjakan.

Perancangan visual novel ini juga dapat dilanjutkan menjadi beberapa *chapter* dengan topik yang berbeda-beda namun tetap mengenai tema yang sama. Contoh topik yang dapat dibuat adalah mengenai cara menghadapi karakter dengan sifat yang berbeda, mengenai cara mengatur uang, cara menolak ajakan, dan masih banyak topik lainnya mengenai pekerjaan yang dapat diangkat.

Perancangan video game berbentuk visual novel ini juga dapat diterapkan untuk banyak tema lainnya, seperti kekeluargaan, masalah mencari jati diri, cara berteman, mengenai berbagai macam penyakit mental, dan masih banyak tema lainnya yang dapat diangkat.

## Daftar Pustaka

7 Unique Characteristics of Generation Z. (2018, January 25). Retrieved November 2018, from Oxford Royale Academy: <https://www.oxford-royale.co.uk/articles/7-unique-characteristics-generation-z.html>

- Adams, E. (2014). *Fundamentals of Game Design Third Edition*. United States of America: Pearson Education, Inc.
- Anggun, J. (2017, August 14). scdc.binus.ac.id. Retrieved January 2019, from <http://scdc.binus.ac.id/bslc/2017/08/apa-itu-soft-skills/>
- Ardina, I. (2018, January 13). Menilik Perilaku Generasi Z di Dunia Kerja. Retrieved January 2019, from Beritagar: [https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/menilik-perilaku-generasi-z-di-dunia-kerja?utm\\_source=Line%20News&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=partner](https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/menilik-perilaku-generasi-z-di-dunia-kerja?utm_source=Line%20News&utm_medium=cpc&utm_campaign=partner)
- Cavallard, D. (2010). *Anime and the Visual Novel : Narrative Structure, Design and Play at the Crossroads of Animation and Computer Games*. America: McFarland & Company, Inc., Publishers.
- Djaouti, D., Alvarez, J., Jessel, J.-P., & Methel, G. (2008). *Play, Game, World: Anatomy Of A Videogame*. Play, Game, World: Anatomy Of A Videogame.
- Fabricatore, C. (2007). *Gameplay and Game Mechanic Design*. Gameplay and Game Mechanic Design : A Key To Quality In Videogames.
- Husna, N. (2018, February 17). FENOMENOLOGI KOMUNIKASI GENERASI Z. Retrieved February 16, 2019, from Binus Malang: <http://binus.ac.id/malang/2018/02/fenomenologi-komunikasi-generasi-z/>
- Iqbal, N. (2018, July 21). Generation Z: 'We have more to do than drink and take drugs'. Retrieved November 2018, from The Guardian: <https://www.theguardian.com/society/2018/jul/21/generation-z-has-different-attitudes-says-a-new-report>
- John, D. (n.d.). Karakter Generasi Z Menurut Beberapa Cendekiawan. Retrieved Desember 2018, from Silabus: <https://www.silabus.web.id/karakter-generasi-z/>
- Liar! Uncover the Truth. (n.d.). Retrieved February 2019, from [https://voltage-inc.fandom.com/wiki/Liar!\\_Uncover\\_the\\_Truth](https://voltage-inc.fandom.com/wiki/Liar!_Uncover_the_Truth)
- LinkedIn Talent Solution. (2017, October 5). Make way for Gen Z I David and Jonah Stillman Talent Connect 2017. Dallas, Texas. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=chmWNxQ2cnM>
- Nugroho, A. H. (2018, October 31). 15 Pekerjaan yang Paling Gilai Generasi Z, Apa Saja? Retrieved February 16, 2019, from Oke News: <https://news.okezone.com/read/2018/10/30/65/197102/9/15-pekerjaan-yang-paling-gilai-generasi-z-apa-saja>
- Patel, D. (2017, September 21). 8 Ways Generation Z Will Differ From Millennials In The Workplace. Retrieved November 2018, from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/deeppatel/2017/09/21/8-ways-generation-z-will-differ-from-millennials-in-the-workplace/#468db52e76e5>
- Schell, J. (2008). *The Art of Game Design*. United States of America: Elsevier Inc.
- Squire, K. (2003). *Video Games in Education*.
- Stahl, T. (2005). *Video Game Genres*. Retrieved January 2019, from <https://www.thocp.net/software/games/reference/genres.htm>
- Steins;Gate. (n.d.). Retrieved February 2019, from [https://store.steampowered.com/app/412830/STEINS\\_GATE/](https://store.steampowered.com/app/412830/STEINS_GATE/)
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Generasi Z*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Generasi Z - Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sukmana, Y. (2019, February 15). Generasi Z Indonesia Melek Teknologi, tapi Khawatir Tak Dapat Pekerjaan. Retrieved February 17, 2019, from Kompas: <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/02/15/152900826/generasi-z-indonesia-melek-teknologi-tapi-khawatir-tak-dapat-pekerjaan>
- Tavinor, G. (2009). *The Art of Videogames*. Singapore: Blackwell.
- TEDx Talks. (2015, November 18). What do we know about the generation after millennials? | Jason Dorsey | TEDxHouston. Houston. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=4f16o9Q0XGE>
- The Center For Generational Kinetics. (n.d.). *Generational Breakdown : Info About All of the Generations*. Retrieved November 2018, from <https://genhq.com/faq-info-about-generations/>
- The Center for Generational Kinetics. (2017, April). *Gen Z White Paper – The State of Gen Z 2017 National Research Study*. Retrieved November 2018, from GenHQ: <https://genhq.com/wp-content/uploads/2017/04/The-State-of-Gen-Z-2017-White-Paper-c-2017-The-Center-for-Generational-Kinetics.pdf>
- tpawelka. (2018, October 31). ProShip By neopost. Retrieved November 2018, from <https://www.proshipinc.com/about/news/gen-z-consumers-how-stand-out-and-connect-digital-shopper>



Tribun. (2018, Desember 2). Dikenal Bebas Berekspresi, Generasi Z Ternyata Hidup Dalam Kecemasan. Retrieved February 2019, from Tribun lifestyle:  
<http://www.tribunnews.com/lifestyle/2018/12/02/dikenal-bebas-berekspresi-generasi-z-ternyata-hidup-dalam-kecemasan>

Tribun Jogja. (2019, January 15). 5 Soft Skill dan Hard Skill yang Paling Dicari pada 2019. Retrieved 2019, from <http://jogja.tribunnews.com/2019/01/15/5-soft-skill-dan-hard-skill-yang-paling-dicari-pada-2019>

Zeman, N. B. (2017). Storytelling for Interactive Digital Media and Video Games. United States of America: CRC Press.  
[ce-for-graphic-design-students/](http://www.crcpress.com/ce-for-graphic-design-students/)