

## ABSTRAKSI

Keterlibatan produsen dalam proses pembentukan sebuah ide atau pengetahuan kokreasi yang dilakukan oleh konsumen dengan konsumen lainnya umumnya dilakukan secara langsung melalui tatap muka antara produsen dengan konsumen. Padahal, terdapat banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan hal tersebut. Permainan simulasi merupakan salah satu wadah alternatif yang dimungkinkan dapat menjadi media bagi merek untuk terlibat dalam proses pembentukan ide atau pengetahuan kokreasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk dapat terlibat dalam proses pembentukan pengetahuan kokreasi dan implementasinya dengan menggunakan analisis naratif dan SCAMPER yang dilakukan terhadap struktur permainan simulasi. Metode pengambilan data dilakukan melalui teknik observasi dan wawancara mendalam. Melalui penelitian ini, peneliti mengeksplorasi cerita yang dimiliki oleh lima jenis pemain *The Sims 4*, permainan simulasi yang menjadi studi kasus dalam penelitian ini. Cerita tersebut fokus terhadap penggalian motif bermain yang dimiliki oleh konsumen beserta proses pembentukan pengetahuan kokreasi dan implementasinya dalam rangka menyelesaikan konflik demi memenuhi motif bermain yang digambarkan melalui struktur naratif (Piramida Freytag).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua jenis pemain *The Sims 4* memiliki motif bermain yang sama, tetapi memiliki pola struktur naratif yang berbeda-beda. Hal tersebut mempengaruhi letak atau posisi pemain lain (*players as community*) dalam struktur naratif. Tujuan pemain melibatkan orang lain adalah mencari inspirasi dan memperkaya fitur-fitur permainan (*Constitutive Rules*) agar lebih bervariasi demi memenuhi motif bermain. Metode yang digunakan untuk menjadikan pengetahuan kokreasi menjadi sebuah kreasi yang nyata adalah melalui metode *substitute*, *combine*, *adapt*, dan *modify* yang didasari oleh pendekatan penyelesaian masalah yang disebut SCAMPER. Hasil penelitian merekomendasikan perusahaan untuk menjadi pemasok ide atau pengetahuan kokreasi kepada konsumen sebelum konsumen membagikan ide tersebut kepada konsumen yang lain dalam rangka melibatkan diri dalam proses pembentukan pengetahuan kokreasi.

Kata kunci: *Co-creation Knowledge*, Struktur Permainan Simulasi, SCAMPER, Naratif

## ABSTRACTION

The involvement of the producer in the process of generating an idea or Co-creation Knowledge done by consumers is generally done through a direct meeting between producer and consumer. Whereas, there are a lot of ways that can be done by a firm for doing that. Simulation game is one of the alternative ways enabled to be a media for brands in order to be involved in the process of generating an idea or Co-creation Knowledge.

This research intends to explore opportunities that can be utilized by firms in order to be involved in the process of generating Co-creation knowledge and its implementation by using narrative and SCAMPER analysis done toward simulation game structure. The method of collecting the data is done through observation and in depth interview. Through this research, researchers explore stories had by five type of The Sims 4's players, the simulation game which becomes the study case in this research. Those stories focus on digging the motive of playing had by consumers along with the process of generating Co-creation knowledge and its implementation in order to decipher the conflict for fulfilling the motive of playing depicted by the narrative structure (Freytag Pyramid).

The result of the research points out that all type of players have the same motive. Nevertheless, they differ in the narrative structure. It affects the position of other players (players as community) in the narrative structure. The intention of the player in involving other players is seeking for inspiration and enriching the feature of the game (Constitutive Rules) so that it is varied in order to fulfill the motive of playing. The method used to alter Co-creation Knowledge to be the real creation is by using the method of substitute, combine, adapt, and modify based on the problem solving approach called SCAMPER. The result of the research suggest company to be idea or Co-creation Knowledge supplier for consumers before they share the ideas to other consumers in order to be involved in the process of building Co-creation Knowledge.

Keywords: *Co-creation Knowledge*, Simulation Game Structure, SCAMPER, Narrative