

# Promosi Wisata Alam Melalui Pengembangan Game Menggunakan Construct 3 di Kampoeng Ciherang

Tatang Hadian<sup>1</sup>, Erfian Junianto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya  
e-mail: <sup>1</sup>hadiantatang10@gmail.com, <sup>2</sup>erfian.ejn@ars.ac.id

## Abstrak

Wisata Kampoeng Ciherang merupakan tempat wisata alam di Kabupaten Sumedang dengan konsep outdoor untuk aktivitas outbound mulai dari wahana explore wisata, spot selfie, kolam, camping, dan pendopo. Secara garis besar menjadi kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk dinikmati keindahannya dalam menawarkan daya tarik wisata. Daya tarik wisata ke Kampoeng Ciherang memiliki permasalahan terjadinya penurunan kunjungan wisatawan sejak pertama kali launching hingga saat ini. Kurang dikenalnya objek wisata oleh masyarakat terkait wisata Kampoeng Ciherang seperti aktivitas outbound di alam terbuka. Media yang diandalkan masih bersifat statis dan kurang menjangkau wisatawan secara tersegmentasi. Pihak pengelola tidak bisa lagi mengandalkan media promosi brosur yang biasa digunakan untuk menarik para wisatawan. Website yang dimiliki oleh pihak pengelola belum interaktif. Tujuan penelitian ini ialah membuat inovasi digital dengan membuat permainan wisata alam menggunakan Construct 3 di Kampoeng Ciherang yang dapat dimainkan oleh generasi kekinian. Hasilnya permainan outbound wisata alam telah berhasil diterapkan di Kampoeng Ciherang yang dapat dimainkan di berbagai perangkat bergerak secara online. Wisatawan lebih tertarik untuk berkunjung ke Kampoeng Ciherang dan memenuhi harapan segmentasi pasar, serta masyarakat dapat mengetahui fasilitas dan wahana wisata alam di Kampoeng Ciherang.

**Kata kunci**—Promosi Wisata Alam, Game Construct 3, Kampoeng Ciherang

## Abstract

*Kampoeng Ciherang Tourism is a natural tourist spot in Sumedang Regency with an outdoor concept for outbound activities ranging from rides to explore tours, selfie spots, swimming, camping, and pavilions. Broadly speaking, it becomes a recreational and tourism activity that utilizes natural potential to enjoy its beauty in offering tourist attractions. The tourist attraction to Kampoeng Ciherang has the problem of decreasing tourist visits since it was first launched until now. The lack of recognition of tourist objects by the community related to Kampoeng Ciherang tourism such as outbound activities in the open. Media that is relied on is still static and does not reach tourists in a segmented way. The management can no longer rely on brochure promotional media which are commonly used to attract tourists. The website owned by the manager is not yet interactive. The purpose of this research is to make digital innovation by creating nature tourism games using Construct 3 in Ciherang Village that can be played by the current generation. As a result, nature tourism outbound games have been successfully implemented in Kampoeng Ciherang which can be played online on various mobile devices. Tourists are more interested in visiting Kampoeng Ciherang and fulfilling market segmentation expectations, and the public can find out about natural tourism facilities and rides in Kampoeng Ciherang.*

**Keywords**—Nature Tourism Promotion, Construct 3 Game, Kampoeng Ciherang

---

**Corresponding Author:**

**Erfian Junianto,**

Email: erfian.ejn@ars.ac.id

---

## 1. PENDAHULUAN

Fungsi hutan sebagai tempat wisata sangat baik untuk dikembangkan agar hutan tetap lestari serta meningkatkan kecenderungan pasar terhadap permintaan wisata alam [1]. Objek wisata alam merupakan Sumber Daya Alam (SDA) yang berpotensi dan mempunyai daya tarik bagi para pengunjung atau wisatawan, baik dalam keadaan alami maupun setelah adanya upaya budi daya alam [2]. Pengenalan suatu objek wisata akan menjadi lebih komunikatif, autentik, dan efektif seiring dengan penggunaan media *digital* sebagai alat pendukung untuk menginformasikan objek wisata alam yang dapat menarik pengunjung untuk berwisata. Penggunaan media *digital* dapat menjangkau ke seluruh dunia tanpa adanya batasan ruang dan waktu guna menginformasikan keindahan dan keunikan dari objek wisata alam [3].

Keindahan alam yang unik merupakan daya tarik yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Pada pengembangan potensi wisata yang terdapat di suatu kampung wisata melalui kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan oleh Dinas Pariwisata (DISPAR) seperti acara pameran ataupun promosi di berbagai media elektronik [4]. Strategi komunikasi yang cemerlang menjadi sangat penting pada pengenalan suatu objek wisata alam berbasis media *digital*. Hal ini bisa mempengaruhi keputusan wisatawan agar berkunjung ke objek wisata yang terdapat di suatu daerah. Penggunaan media *digital* dapat menunjang gerakan *digital destination* yang telah dicanangkan oleh Kemenpar RI (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia) [3]. Terdapat berbagai cara yang dapat digunakan untuk menawarkan daya tarik wisata seperti melalui *bundling*, promosi, maupun yang lainnya akan memudahkan penawaran daya tarik wisata kepada wisatawan. Dalam era kemajuan teknologi saat ini, pemasaran destinasi wisata harus beralih ke media *digital*. Promosi daya tarik wisata tidak lagi dapat mengandalkan mekanisme tradisional [5].

Wisata Kampong Ciherang merupakan salah satu tempat wisata alam di Kabupaten Sumedang dengan konsep *outdoor* yang sangat tepat untuk aktivitas *outbond* mulai dari wahana *explore* wisata, spot *selfie*, kolam, *camping*, dan pendopo. Wisata alam di Ciherang adalah pariwisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya pada sebagian obyek wisatanya. Wisata alam Ciherang secara garis besar merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk dinikmatiindahannya dalam menawarkan daya tarik wisata ke tempat tersebut.

Daya tarik wisata ke Kampong Ciherang memiliki permasalahan tertentu yaitu terjadinya penurunan kunjungan wisatawan ke Kampong Ciherang sejak pertama kali dilakukan *launching* hingga saat ini. Hal ini disebabkan oleh kurang dikenalnya objek wisata yang disampaikan kepada masyarakat terkait wisata Kampong Ciherang seperti aktivitas *outbound* di alam terbuka. Media yang diandalkan masih bersifat statis dan kurang menjangkau wisatawan secara tersegmentasi. Pihak pengelola tidak bisa lagi mengandalkan media promosi tradisional seperti brosur yang biasa digunakan untuk menarik para wisatawan. Kemudian *website* yang dimiliki oleh pihak pengelola belum memiliki fitur yang interaktif, serta pada media sosial yang mereka kelola hanya berisi konten *reposting* dari para pengunjung. Lebih baik jika media promosi yang digunakan dilengkapi dengan media interaktif yang digemari oleh kalangan milenial yang menggemari kegiatan *outbound trips* di alam terbuka [6].

Pengenalan suatu objek wisata akan menjadi lebih komunikatif, autentik, dan efektif seiring dengan penggunaan media *digital* sebagai alat pendukung untuk menginformasikan objek wisata alam yang dapat menarik pengunjung untuk berwisata. Penggunaan media *digital* dapat menjangkau ke seluruh dunia tanpa adanya batasan ruang dan waktu guna menginformasikan keindahan dan keunikan dari objek wisata alam [3]. Pemanfaatan media *digital* mengenai informasi keindahan dan keunikan objek wisata alam dapat disampaikan secara global tanpa terbatas oleh ruang dan waktu [7].

Pengembangan media *digital* yang interaktif dari pengenalan suatu wisata alam dapat berupa *game* [8]–[11]. Di dalam penelitian tersebut dikembangkan suatu *game* dalam mempromosikan tempat wisata alam dengan tema *adventure*. Pembuatan *game* menggunakan *engine* dari Scirra Construct yang dapat digunakan sebagai media alternatif pengenalan

pariwisata (Kurniawan et al., 2019). Pengembangan *game* dengan Scirra Construct ini dapat digunakan untuk memperkenalkan wisata alam di suatu daerah [10]. Produk *engine* dari Scirra Construct dapat menghasilkan suatu permainan atau *game* berbasis *web* yang dilengkapi dengan gambar dan karakteristik suaranya [11].

Suatu *game outbound* merupakan kegiatan di luar ruangan yang mempunyai rangkaian permainan dan petualangan yang relatif ringan, sehingga permainan ini termasuk ke dalam jenis *game adventure* [12]. Di dalam pengembangan suatu *game* sebagai media promosi destinasi pariwisata mampu menerapkan konsep *playful journey* yang dapat mengajak penggunanya untuk berpetualang atau melakukan *adventure* di destinasi wisata yang imajinatif [13].

Dari kegiatan penelitian ini diperlukan suatu inovasi yang dapat menarik minat pengunjung maupun memperkenalkan keunikan dari Kampong Ciherang yang salah satunya terdapat wahana wisata alam. Pada penelitian ini akan dibangun media promosi dengan bantuan *tool* Construct 3 yang ditujukan kepada kaum milenial baik anak sekolah maupun para pecinta alam. Salah satu kelebihan *tool* yang dikembangkan oleh Scirra Construct 3 ini yaitu dapat dilakukan *export* pada *platform web* [14]. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat inovasi *digital* dengan membuat permainan wisata alam menggunakan Construct 3 berbasis HTML5 di Kampong Ciherang yang dapat dimainkan oleh generasi kekinian. Diharapkan nantinya banyak anak muda yang berkontribusi terhadap peningkatan kunjungan wisatawan ke Kampong Ciherang.

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan promosi wisata alam di Kampong Ciherang dibutuhkan metode fenomenologi. Metode ini sangat tepat digunakan karena berupaya untuk memahami makna dari persepsi, perspektif, dan pemahaman masyarakat terhadap situasi atau fenomena penggunaan media promosi digital. Pada penelitian ini dikumpulkan data dengan cara melakukan observasi partisipan untuk mengetahui fenomena esensial terhadap pengalamannya mengunjungi wisata Kampong Ciherang maupun kaitannya dengan bermain *game adventure*.

### 2.1. Pengumpulan Data

Dikumpulkan data penelitian wisata *outbound* dan hubungannya dengan *game adventure* di Kampong Ciherang dengan cara-cara pengumpulan data primer berikut ini:

#### 1. Observasi partisipan

Pengumpulan data observasi ini dilakukan dengan mengunjungi tempat wisata Kampong Ciherang pada waktu *weekday* dan *weekend* untuk melihat perbedaan jumlah kunjungan. Kemudian diamati juga perilaku dari para pengunjung dalam menikmati wisata *outbound* di Kampong Ciherang.

#### 2. Wawancara

Dilakukan wawancara kepada para pengunjung Kampong Ciherang yang khususnya anak muda terhadap penggunaan perangkat maupun media digital. Ditanyakan pula tentang ketertarikan mereka terhadap suatu *game* dengan jenis *adventure* yang berhubungan dengan wisata *outbound* di Kampong Ciherang.

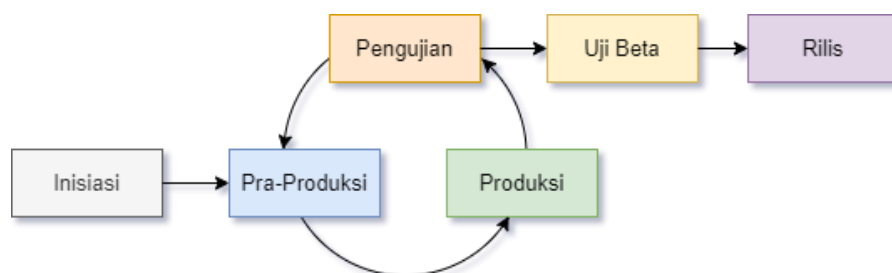
#### 3. Kuesioner

Dibuat pertanyaan-pertanyaan dalam format kuesioner tentang *game adventure* yang telah rampung dibangun kepada para wisatawan dan pegawai di Kampong Ciherang. Tujuannya adalah untuk mengetahui kemudahan penggunaan, kebermanfaatannya, serta ketertarikan partisipan terhadap *game adventure* wisata Kampong Ciherang sehingga bisa dikatakan layak untuk dijadikan sebagai media promosi digital.

### 2.2. Metode GDLC

Pada penelitian media promosi wisata alam melalui pengembangan *game* di Kampong Ciherang digunakan metode *Game Development Life Cycle* (GDLC). Metode ini cukup tepat

digunakan untuk pembuatan *game adventure* sejenis *outbound* yang menjadi salah satu wahana di Kampong Ciherang. Metode GDLC digambarkan pada Gambar III.1.



Gambar 1. Metode GDLC

Pada Gambar 1. menampilkan urutan langkah metode GDLC yang digunakan pada pembuatan *game adventure* wisata alam Kampong Ciherang dengan detail penjelasannya berikut ini:

1. Inisiasi, titik awal dari proyek pembangunan media promosi digital wisata alam dimulai dari ide pembuatan *game* berjenis *adventure*. Jenis *game* ini cukup tepat karena terkait dengan wahana *outbound* di Kampong Ciherang.
2. Pra-Produksi, dilakukan perancangan *game adventure* wisata Kampong Ciherang dengan dibuatkan blok diagram, serta penggambaran sketsa *storyboard* yang menjadi ilustrasinya.
3. Produksi, mencakup pembuatan dan pengumpulan *assets audio* dan *visual*, pembangunan *game adventure* wisata Kampong Ciherang dengan HTML5 dan Construct 3.
4. Pengujian, aplikasi *game adventure* Kampong Ciherang ini dilakukan oleh *internal developer* dengan menggunakan uji white-box untuk melakukan pengujian fungsional.
5. Uji Beta, digunakan kuesioner untuk menguji penerimaan *game adventure* dan mengetahui keluhan dari pemain yang merupakan pengunjung dan pegawai tempat wisata alam di Kampong Ciherang.
6. Rilis, *game adventure* yang sudah diujikan dengan kuesioner lalu dilakukan *final build* dan dipublikasikan dengan resmi oleh pengelola wisata alam Kampong Ciherang.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Inisiasi

Titik awal dari proyek promosi wisata alam yaitu memulai ide pembuatan *game*. Inisiasi ini adalah tahapan dilakukannya pembuatan konsep tentang *game* wisata alam yang akan dibangun. Proses pembuatan *game* wisata alam dengan tema *outbound* berjenis *adventure* akan cocok dengan wana wisata Kampong Ciherang.

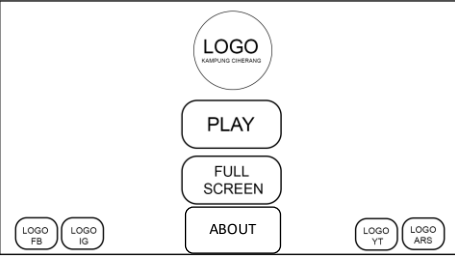
#### 3.2. Pra-Produksi

Rancangan *story board* aplikasi permainan petualangan wisata Kampong Ciherang ini adalah tahap desain alur cerita dari pembuatan aplikasi yang dijelaskan sebagai berikut

##### 1. *Story Board* Menu Awal

Rancangan *story board* pada menu awal permainan petualangan Kampong Ciherang berisi *play*, *fullscreen*, *About* serta *link* sosial media yang terlihat pada Tabel 1.

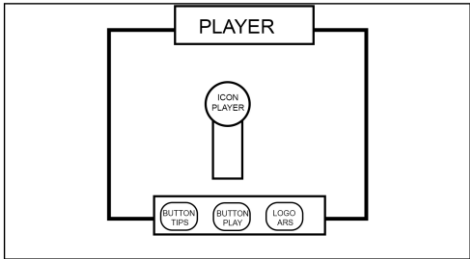
Tabel 1. *Story Board* Menu Awal

Deskripsi	Sketsa	Suara
Pada sketsa menu awal ditampilkan tombol <i>play</i> , <i>fullscreen</i> , dengan <i>link</i> sosial media.		Music.bg, Button, & O.

2. *Story Board* Pratinjau Karakter

Rancangan *story board* pratinjau karakter seorang perempuan yang bermain di permainan petualangan Kampoeng Ciherang yang terlihat pada Tabel 2.

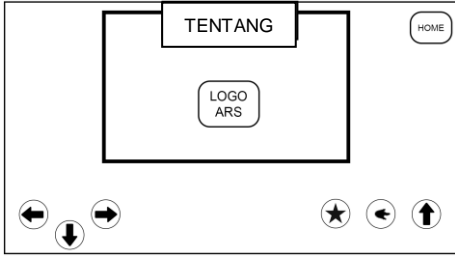
Tabel 2. *Story Board* Pratinjau Karakter

Tampilan	Sketsa	Suara
Pada sketsa pratinjau karakter ada perempuan di permainan petualangan Kampoeng Ciherang.		Music.bg, O, & Button.

3. *Story Board* Tentang

Pada *story board* permainan petualangan Kampoeng Ciherang menampilkan menu tentang dan Profil wana wisata Kampoeng Ciherang yang dilihat dari Tabel 3.

Tabel 3. *Story Board* Tentang

Deskripsi	Sketsa	Suara
Pada sketsa tentang terdapat informasi pembuat permainan petualangan Kampoeng Ciherang		Music, bg & O.

4. *Story Board Level* Permainan

Rancangan *story board level* permainan ini menampilkan halaman dari beberapa *level* permainan petualangan Kampoeng Ciherang yang terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. *Story Board Level Permainan*

Deskripsi	Sketsa	Suara
Pada sketsa level permainan petualangan Kampoeng Ciherang menampilkan 6 level permainan.		Music.bg & O.

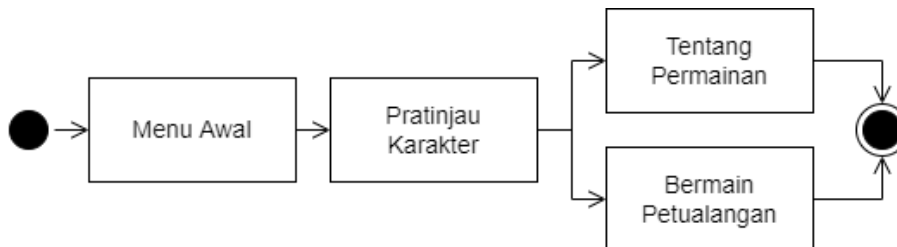
5. *Story Board* Bermain Petualangan

Rancangan *story board* bermain petualangan Kampoeng Ciherang ada tombol kiri, kanan, bawah, lompat, tusuk, dan tembak yang terlihat pada Tabel IV.5.

Tabel 5. *Story Board* Bermain Petualangan

Deskripsi	Sketsa	Suara
Pada sketsa bermain terdapat tombol kiri, kanan, bawah, lompat, tembak, dan tusuk.		Attack3, Health, Jump, Monster, Zombie, Damaged3, & Coin.

Digambarkan semua keadaan yang dapat dimiliki oleh permainan petualangan Kampoeng Ciherang, pada Gambar 2.



Gambar 2. STD Aplikasi Permainan Petualangan Kampoeng Ciherang

3.3 *Produksi*

Pada tahap ini menerjemahkan *game design* dan aspek lainnya yang menjadi unsur penyusun permainan petualangan Kampoeng Ciherang, lalu dilakukan integrasi antara *asset* dan *engine building* yang hasilnya ditampilkan berikut ini:

1. *Produksi Menu Awal*

Tampilan hasil produksi menu awal permainan petualangan Kampoeng Ciherang berisi *play*, *fullscreen*, *about* serta *link* sosial media terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Tampilan Halaman Menu Utama

## 2. Produksi Pratinjau Karakter

Tampilan hasil produksi pratinjau karakter seorang perempuan yang bermain di permainan petualangan Kampoeng Ciharang yang terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan Pratinjau Karakter

## 3. Produksi Tentang Permainan

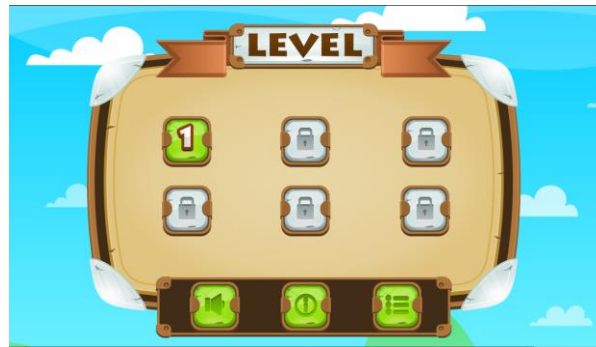
Pada tampilan permainan petualangan Kampoeng Ciharang menampilkan menu tentang dan profil tempat Wisata Kampoeng Ciharang yang dilihat dari Gambar 5



Gambar 5. Tampilan Tentang Permainan

## 4. Produksi *Level* Permainan

Tampilan *level* permainan ini menampilkan halaman dari beberapa *level* permainan petualangan Kampoeng Ciharang yang terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Tampilan *Level* Permainan

5. Produksi Bermain Petualangan

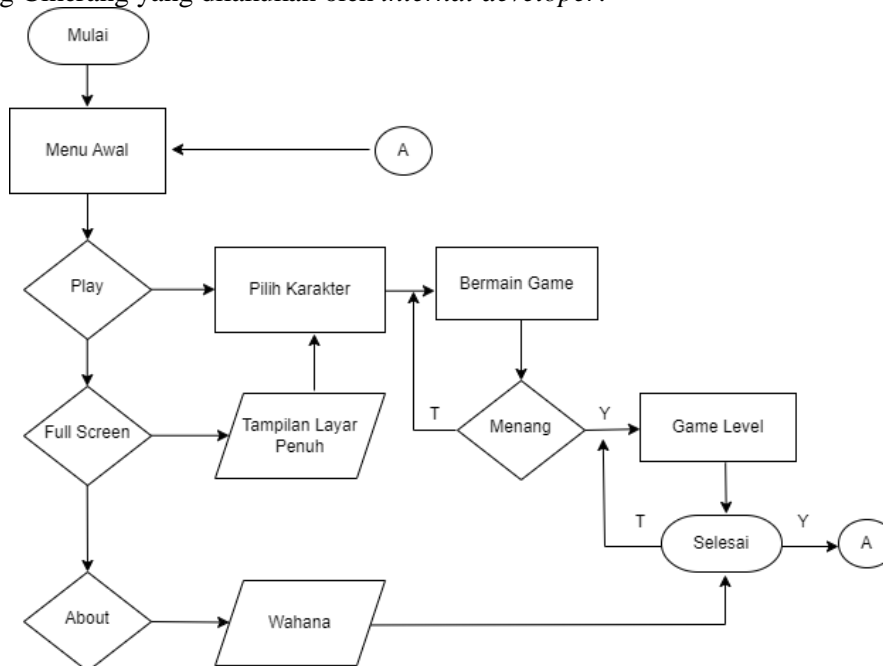
Tampilan bermain petualangan Kampoeng Ciherang ada tombol kiri, kanan, bawah, lompat, tusuk, dan tembak yang terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Tampilan Bermain Petualangan

3.4. Pengujian

Dilakukan tahap uji coba terhadap *prototype build* dari permainan petualangan Kampoeng Ciherang yang dilakukan oleh *internal developer*.



Gambar 8. *Flow Chart* Permainan Petualangan Kampoeng Ciherang



Sehingga kompleksitas siklomatisnya:  $V(G) = 12-11+2 = 3$ ,  $V(G) < 10$ . Baris *set* yang dihasilkan dari jalur independen permainan petualangan Kampoeng Ciherang secara satu garis proses adalah:

- a. 1-2-3-4-5
- b. 1-2-3-6-8-10-5
- c. 1-2-3-4-7-9-11-5

Ketika aplikasi permainan petualangan Kampoeng Ciherang dimainkan, maka terlihat bahwa satu baris *set* yang dihasilkan adalah 1-2-3-4-5 – 1-2-3-6-8-10-8 – 1-2-3-4-7-9-11-5 dan terlihat bahwa simpul pada telah dieksekusi satu kali sehingga aplikasi permainan petualangan Kampoeng Ciherang memenuhi syarat.

#### 4. KESIMPULAN

Aplikasi *game outbound* dengan jenis *adventure* yang telah dibangun menjadi sebuah media promosi Wana Wisata Kampoeng Ciherang ini dapat diambil kesimpulannya berikut:

1. Wisatawan menjadi lebih tertarik untuk berkunjung ke Kampoeng Ciherang dan dapat memenuhi harapan dari segementasi pasar. Terlihat dari hasil kuesioner yang telah disebar di Kampoeng Ciherang bahwa kebanyakan responden menyatakan respon positif dengan paling banyak memberikan jawaban setuju.
2. Permainan *outbound* wisata alam telah berhasil diterapkan di Kampoeng Ciherang yang dapat dimainkan diberbagai perangkat bergerak secara *online*. Pada *game adventure Kampoeng Ciherang* dengan konsep *outbound* dapat dimainkan menggunakan *browser* oleh kalangan milenial yang sesuai dengan harapan pengelola.
3. Masyarakat dapat mengetahui informasi tentang wahana wisata alam yang terdapat di Kampoeng Ciherang yang dapat diakses di menu *about* permainan diinformasikan tentang wahana-wahana yang terdapat di Kampoeng Ciherang.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Erfian Junianto yang telah memberi dukungan bimbingan terhadap penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. M. Nawir, *Potensi Wisata Alam Dalam Kawasan Hutan, Pemanfaatan Dan Pengembangan - Google Books*. Penerbit INTI MEDIATAMA, 2018. [Online]. Available: [https://www.google.co.id/books/edition/POTENSI\\_WISATA\\_ALAM\\_DALAM\\_KAWASAN\\_HUTAN/I3yQDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=wisata+alam&pg=PA3&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/POTENSI_WISATA_ALAM_DALAM_KAWASAN_HUTAN/I3yQDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=wisata+alam&pg=PA3&printsec=frontcover)
- [2] R. Manurung, *Pengaruh Pelaku Bisnis Pariwisata Terhadap Kunjungan Wisatawan*. Cattleya Darmaya Fortuna, 2023. [Online]. Available: [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=FKGtEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pemberdayaan+remaja+putri+melalui+pelatihan+menenun&ots=eO6-8gFEAG&sig=NhjIcMwInx8o6UMGWpt8cRMU1\\_E](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=FKGtEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pemberdayaan+remaja+putri+melalui+pelatihan+menenun&ots=eO6-8gFEAG&sig=NhjIcMwInx8o6UMGWpt8cRMU1_E)
- [3] N. W. Sudarmawan and A. R. Prasetya, "Pengenalan objek wisata alam Kabupaten Lebak melalui strategi komunikasi berbasis media digital," in *Conference On Communication and News Media Studies*, 2019, p. 346.
- [4] W. Hadi, "Menggali Potensi Kampung Wisata Di Kota Yogyakarta Sebagai Daya Tarik Wisatawan," *J. Tour. Econ.*, vol. 2, no. 2, pp. 129–139, 2019, doi: 10.36594/jtec.v2i2.39.
- [5] G. Yuliari, B. Riyadi, and P. Perdana, *Peta Daya Tarik Taman Wisata Alam dan Cagar*

- Budaya Sebagai Penentu Bundling Produk Wisata Di Eks Karesidenan Surakarta.* BUTTERFLY MAMOLI PRESS, 2021.
- [6] K. Wiweka, S. S. Wachyuni, N. A. Rini, I. N. Adnyana, and P. P. Adnyana, "Perilaku berwisata Wisatawan Generasi Milenial di Jakarta Pada Era Revolusi Industri 4.0," *J. Sains Terap. Pariwisata*, vol. 4, no. 3, pp. 313–334, 2019.
- [7] N. M. Puriati and G. S. Darma, "Menguji Kesiapan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Manajemen Modern Sebagai Penggerak Ekonomi Rakyat," *Bisma J. Manaj.*, vol. 7, no. 2, p. 319, 2021, doi: 10.23887/bjm.v7i2.34162.
- [8] H. Agusta, "Pengenalan Game Edukasi Berbasis Construct 2 Pada Objek Wisata Daerah Kota Bandar Lampung," *J. Ilmu Data*, vol. 1, no. 1, pp. 1–16, 2021, [Online]. Available: <http://ilmudata.org/index.php/ilmudata/article/view/15%0Ahttp://ilmudata.org/index.php/ilmudata/article/download/15/13>
- [9] M. A. Kurniawan, M. H. Setiawan, Madri, R. Ariana, and R. I. Heroza, "Perancangan Game Edukasi 'YUKEWI' (Yuk Kenali Wisata Indonesia) Menggunakan Construct 2," *Semmati*, vol. 2, pp. 254–258, 2019.
- [10] D. Setiyawan and E. Winarno, "Game Petualangan Si Toole Untuk Mempromosikan Wisata Kabupaten Grobogan Menggunakan Metode Collision Detection," *Pros. SINTAK*, no. 2012, pp. 318–324, 2018.
- [11] M. Y. Iqbal and E. Junianto, "Pengenalan Suara Hewan Berbasis Construct 2 untuk Peserta Didik PAUD Riyadul Falah," *eProsiding Tek. Inform.*, vol. 3, no. 2, pp. 32–41, 2022.
- [12] Hartin Kurniawati, Ika Rahayu Satyaninrum, Siskha Putri Sayekti, and Putri Rahmizar, "Meningkatkan Kecerdasan Kinestetik pada Anak Usia Dini Melalui Outbound pada Siswa RA Al-Ghifary," *LITERASI J. Pendidik. Guru Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 128–137, 2022, doi: 10.58218/literasi.v1i2.406.
- [13] N. P. C. S. Harum, N. A. Santosa, and D. G. Purwita, "Perancangan Game Petualangan Sebagai Media Promosi Destinasi Pariwisata Kabupaten Badung," *J. Selaras Rupa*, vol. 2, no. 2, pp. 112–121, 2021.
- [14] I. Sholekhawati, "Menganalisis Perangkat Lunak Yang Di Buat Untuk Animasi Game," *Pros. Sains dan Teknol.*, vol. 2, no. 1, pp. 175–184, 2023.