

Perbandingan *user experience (UX)* pada platform media *Steam* dan *Epic games store*

Muhammad Abel Abdullah, Muhammad Rafi Jaseli, Pria Rafif Daffa Arya Putra,
Anggis Rizky Wiyaringtyas

Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Kalimantan

Jl. Soekarno Hatta No.KM 15, Karang Joang, Balikpapan Utara, Balikpapan, Kalimantan Timur 76127, Indonesia

*corresponding author: anggis.wiyaringtyas@lecturer.itk.ac.id

Kata kunci Antarmuka Pengguna, Epic Games, Pengalaman Pengguna, Permainan, Steam	Abstrak Steam dan Epic Games Stores merupakan penyedia distribusi <i>game digital</i> yang terkenal di dunia. Kedua <i>platform</i> ini sering menjadi bahan perdebatan di forum diskusi dikarenakan fitur antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna yang diberikan oleh kedua <i>platform</i> distribusi <i>game digital</i> sangat berbeda. Beberapa pengguna menyebutkan jika fitur UI/UX yang diberikan oleh <i>platform</i> Steam lebih nyaman dan desain yang simpel bagi penggunanya, berbeda dengan Steam pengguna <i>platform</i> Epic Games lebih menyukai <i>platform</i> tersebut dikarenakan <i>game</i> gratis yang diberikan oleh penggunanya. Sehingga, perdebatan ini membuat perbandingan akan UI/UX dari kedua <i>platform</i> tersebut untuk mencari data. UI/UX manakah yang lebih diminati oleh para penggunanya. Hal ini dapat menjadi rekomendasi bagi para pengguna barunya dan dapat memberikan rekomendasi untuk pengembangan UI/UX terhadap para pengguna kedua <i>platform</i> distribusi <i>game digital</i> tersebut.
Keywords Epic Games, Games, Steam, User interface, User Experience	Abstract Steam and Epic Games Stores are world-famous digital game distribution providers. These two platforms are often the subject of debate in discussion forums because the User Interface (UI) and User Experience (UX) features provided by the two digital game distribution platforms are very different. Some users say that the UI/UX features provided by the Steam platform are more comfortable and simple design for its users, in contrast to Steam, Epic Games platform users prefer the platform because of the free games provided by its users. So this debate makes a comparison of the UI/UX of the two platforms to find data, which UI/UX is more in demand by its users. so that this can be a recommendation for new users and can provide recommendations for UI/UX development for users of the two digital game distribution platforms.

Pendahuluan

Selama beberapa dekade terakhir, semakin banyak perhatian penelitian yang diarahkan pada aspek emosional dan afektif dari *User Experience (UX)* dan *User Interface (UI)* yang disediakan oleh *game digital*. Saat ini, video gim telah berada di puncak impian manusia, berpadu dengan penemuan teknologi baru (Kristiadi et al., 2017). *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* merupakan salah satu dari perkembangan dari sebuah teknologi yang dapat digunakan sebagai sarana *digital* untuk menarik perhatian pengguna serta meningkatkan kenyamanan dan kemudahan pengguna saat menggunakan produk atau jasa tersebut (Mulyana & Dewi Sri Mulyani, 2024).

Steam adalah *platform* distribusi *game* online yang sangat populer di seluruh dunia. Di Steam, pengguna dapat membeli dan memainkan *game*, serta memberikan ulasan tentang *game*

komputer yang mereka mainkan. Ulasan ini berisi opini dan pendapat pengguna tentang *game* yang dimainkan. Sangat penting bagi Developer *game* untuk mengetahui bagaimana *game* mereka diterima oleh pengguna melalui ulasan yang diberikan (Pangestu et al., 2023). Epic Games Inc adalah pengembang software dan penerbit video *game* yang berbasis di Cary, North Carolina, Amerika Serikat. Perusahaan ini didirikan oleh Tim Sweeney yang merupakan pengembang video *game* pada tahun 1991. Awalnya Epic Games Inc berlokasi di rumah orang tua Tim Sweeney di Potomac, Maryland dan setelah perilisan video *game* pertama Epic Games yang berjudul ZTT (1991), kesuksesan video *game* pertama mereka tersebut membawa Epic Games berpindah markas ke Cary hingga saat ini. Epic Games sendiri merupakan perusahaan video *game* pertama yang berhasil menciptakan aplikasi pembuat video *game* 3D pertama di dunia dengan nama Unreal Engine (Suganda & Isololipu, 2023).

Platform distribusi *digital* seperti Steam, Epic Games, dan Microsoft memungkinkan akses *game* tanpa batas waktu dan ruang, memberikan kenyamanan besar bagi konsumen. Namun, meski distribusi *digital* menawarkan kepraktisan dan harga lebih kompetitif karena bebas dari biaya fisik dan operasional, sebagian *gamer* masih memilih salinan fisik karena alasan koleksi, rasa kepemilikan, serta kemampuan untuk dijual atau dipinjamkan kembali. (Blancaflor et al., 2022.)

Steam dan Epic Games Store telah merevolusi industri *game* dengan menghilangkan kebutuhan akan distributor fisik, memungkinkan pengembang untuk menjual *game* mereka langsung kepada konsumen. Model bisnis ini tidak hanya mengurangi biaya distribusi tetapi juga memperluas akses pasar bagi pengembang, terutama yang berskala kecil atau independen. Tujuan dari penulisan ini untuk menganalisis dan membandingkan fitur atau *User Experience (UX)* yang ada pada kedua platform *game store* terbesar, yaitu Steam dan Epic Games Store. Peran Steam dan Epic Games Store sebagai dua platform distribusi *game* terbesar.

Ruang lingkup dari penelitian ini meliputi:

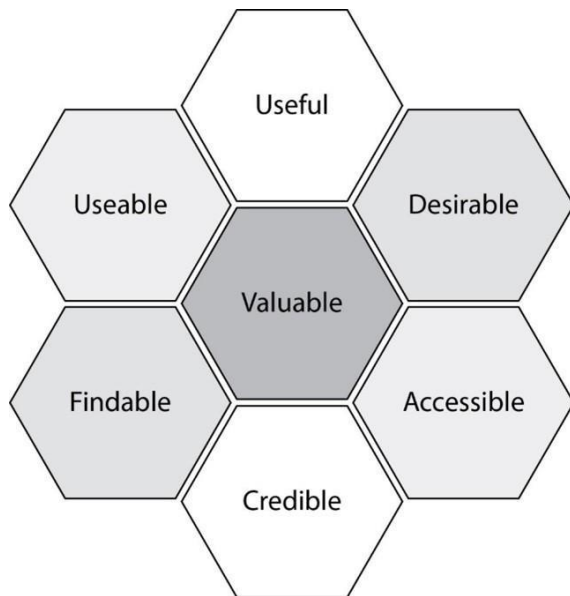
1. Hanya menganalisis *User Experience (UX)* yang terdapat dalam platform Steam dan Epic Games.
2. Hanya membahas perbandingan UX kedua platform secara mendalam.
3. Hanya membahas dua platform *game store*, yaitu Steam dan Epic Games Store.

Hasil dan Pembahasan

Dasar Teori *User Experience*

User Experience *Honeycomb* adalah sebuah alat yang menjelaskan mengenai berbagai macam aspek dari UX design. UX *Honeycomb* dibuat oleh Peter Morville, seorang *designer* dan *information architect*. Salah satu tujuan dibuatnya UX *Honeycomb* adalah untuk membantu para klien dalam memahami alasan mengapa *usability* saja tidak cukup.

Ada beberapa aspek untuk menjadikan sebuah UX bernilai, yang digambarkan pada UX *Honeycomb* berikut:



Gambar 1: UX Honeycomb

Usable

Usable berarti kemudahan dalam penggunaan. Produk yang diciptakan harus sederhana dan mudah untuk digunakan pengguna. Hal ini juga menandakan bahwa *learning curve* yang akan dijalankan oleh pengguna harus sedikit dan *painless*.

Useful

Useful berarti berguna dan dapat menyelesaikan masalah yang dialami oleh pengguna. Produk yang tidak memenuhi keinginan atau kebutuhan pengguna berarti produk tersebut tidak memiliki tujuan yang jelas.

Desirable

Desirable berarti estetika sebuah produk. Estetika produk berkaitan mengenai bagaimana produk *attractive* dan mudah untuk diterjemahkan.

Findable

Findable berarti kemudahan dalam menemukan berbagai tombol dan navigasi yang jelas. Selain itu, findable juga berkaitan mengenai lama waktu yang dibutuhkan untuk mengakses sebuah fitur yang diinginkan pengguna. Ketika memiliki masalah, pengguna harus mampu menemukan solusinya secara cepat.

Accessible

Accessible berarti ramah digunakan oleh semua orang, termasuk kaum disabilitas.

Credible

Credible berarti bentuk kepercayaan pengguna atas sebuah produk yang diciptakan dan entitas yang membuat produk tersebut.

Valuable

Valuable berarti bahwa produk atau layanan harus memberikan nilai yang signifikan kepada pengguna maupun bisnis. Ini bisa berupa manfaat fungsional, emosional, atau ekonomi yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan produk.

Gambaran Umum Steam Dan Epic Games Store

Gambaran Umum Steam

Steam awalnya diperkenalkan oleh Valve pada tahun 2003 sebagai *platform* untuk mengunduh permainan Counter-Strike. Pada tahun 2005, *platform* ini mulai menawarkan permainan dari pengembang lain dan berkembang menjadi sebuah toko *digital* yang besar. Fitur-fitur seperti Steamworks, Steam Workshop, dan Steam Community Market kemudian ditambahkan, menjadikan Steam sebagai ekosistem pasar *digital* yang kompleks (Thorhauge, 2024, hlm. 1964–1965). (Thorhauge, 2024)

Permainan bisa dibeli melalui Steam Store atau dari penjual pihak ketiga, yang kemudian diaktivasi di *platform* Steam dan dapat dimainkan setelah pengguna masuk ke Steam menggunakan aplikasi Steam. Metode pembayaran tersedia dalam berbagai mata uang, dan lisensi permainan akan tercatat di perpustakaan pengguna. Kepemilikan permainan (atau lisensi) serta pembaruan akan diverifikasi dan diinstal secara otomatis karena ini merupakan syarat untuk memainkan permainan melalui Steam. Pengguna dapat mengunduh dan menikmati permainan dari perpustakaan mereka menggunakan informasi akun mereka kapan saja dan di mana saja dengan mudah. (Rizani et al. , 2023)

Steam menerapkan metode "monetisasi *metagame*", di mana nilai ekonomi tidak hanya dihasilkan dari penjualan permainan, tetapi juga dari transaksi mikro di dalam komunitas pemain. Valve menerima sebagian dari transaksi ini, mirip dengan pajak *digital*.

Platform Steam memiliki tiga fitur utama, yaitu:

1. Steam Store: model ritel tradisional.
2. Steam Community Workshop: fitur untuk modding dan kontribusi komunitas, termasuk monetisasi item buatan pengguna.
3. Steam Community Market: tempat perdagangan item antar pemain dengan sistem dinamis berbasis permintaan dan penawaran,

Selain memastikan para pemain tetap terlibat, Steam juga fokus menggunakan kemitraan distribusi eksklusif untuk menarik pengembang video *game* seperti Ubisoft (McWhertor, 2008); Square Enix (Steam, 2009a); pengembang *game* Massive Multiplayer Online NCsoft (Steam, 2009b); penerbit hiburan ramah keluarga PlayFirst (PRNewswire, 2009); Electronic Arts dan beberapa *game* terpilih dari katalognya (Electronic Arts, 2019; Maragos, 2005; Rose, 2011); serta pengembang *game* yang berfokus pada perempuan seperti seri Nancy Drew, Her Interactive (Business Wire, 2009). (Mukherjee, 2021)

Gambaran Umum Epic Games Store

Epic Games Store diperkenalkan pada bulan Desember 2018 sebagai *platform digital* untuk distribusi *game* di PC dan mac OS, yang dikembangkan oleh Epic Games. Peluncuran ini adalah langkah strategis setelah keberhasilan luar biasa Fortnite pada tahun 2017. Salah satu fitur unggulan Epic Game Store adalah model pembagian pendapatan yang lebih menguntungkan bagi para pengembang, yakni 88% untuk pengembang dan 12% untuk Epic, berbeda dengan model 70/30 yang lazim di industri. Selain itu, Epic juga memberikan insentif seperti eksklusivitas untuk waktu tertentu dan jaminan pendapatan minimum guna menarik pengembang dan penerbit agar merilis *game* mereka di *platform* ini. (Kao, 2023)

Epic Games memfokuskan perhatian pada tiga kelompok utama: *gamers* (terutama pria berusia 18–24 tahun), developers, dan publishers. Pada tahun 2022, Epic mengumumkan adanya 230 juta pengguna EGS di PC dan total mencapai 723 juta akun di berbagai *platform*.

Keberhasilan Epic juga didukung oleh kekuatan mesin *game* yang mereka kembangkan. Meskipun terdapat beberapa alternatif untuk *Unreal Engine*, Epic berhasil membuat produk mereka menonjol berkat teknologi inovatif dan strategi yang solid, dengan menjadikannya tersedia secara gratis untuk semua orang. Pesaing utama Epic dalam industri mesin *game* adalah *Unity 3D*, yang merupakan mesin yang lebih sederhana dan tidak terlalu rumit, sehingga dapat menjadi pilihan baik bagi mereka yang ingin belajar dasar-dasar pemrograman dan pengembangan video *game*. Namun,

dengan peluncuran versi terbaru Unreal Engine (Engine 5 yang dirilis pada April 2022), Epic telah berhasil meraih posisi terdepan dalam pengembangan mesin *game*, berkat grafis yang sangat realistis dan aksesibilitas yang luas bagi para pengguna. (Bartoloomei, 2022)

Kelebihan dan Kekurangan UX Kelebihan dan Kekurangan Steam

Table 1. Kelebihan *User Experience* Steam

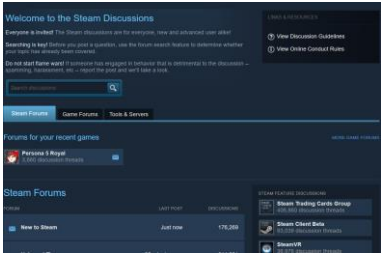
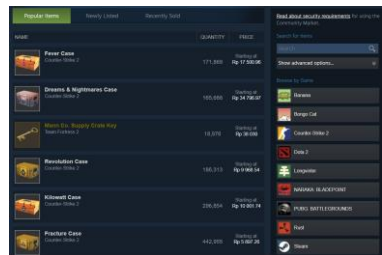
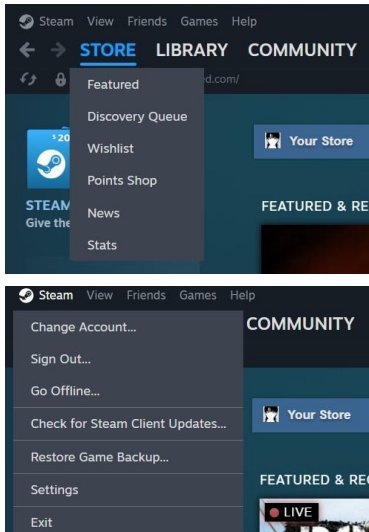
Kelebihan Steam		
Contoh	Kelebihan	Sumber
	Fitur <i>Steam Workshop</i> yang menyediakan ruang untuk pengguna agar dapat membuat dan membagikan konten modifikasi untuk suatu <i>game</i> , dengan pengguna yang dapat mendapatkan royalti dari fitur tersebut.	https://www.researchgate.net/publication/359066217_The_steam_platform_economy_From_retail_to_player-driven_economies
	Steam juga memiliki fitur lain seperti <i>Community Market</i> yang memungkinkan pengguna agar dapat memperjual belikan <i>item digital</i> dari suatu <i>game</i> , fitur ini dapat memungkinkan menciptakan peluang ekonomi bagi para pengguna Steam. Dengan fitur-fitur ini	https://www.researchgate.net/publication/359066217_The_steam_platform_economy_From_retail_to_player-driven_economies
	Steam tidak hanya menjadi <i>platform</i> yang hanya fokus pada distribusi <i>game</i> , tetapi juga dapat menjadi <i>platform</i> sosial dan ekonomi yang mendukung interaksi antar pengguna, kreativitas komunitas, serta menjadi peluang penghasilan	https://www.researchgate.net/publication/359066217_The_steam_platform_economy_From_retail_to_player-driven_economies

Table 2. Kekurangan *User Experience* Steam

Kekurangan Steam		
Contoh	Kekurangan	Sumber
	Steam memiliki fitur-fitur unggulan seperti <i>Steam Workshop</i> dan <i>Community Market</i> . Meskipun, fitur-fitur ini memberikan kebebasan dan peluang bagi pemain. Namun, fitur ini juga memiliki kelemahan bagi pengguna baru karena dapat membingungkan. Di mana, pengguna harus mempelajari dan memahami sistem	https://doi.org/10.4018/JGIM.20211101.0a16



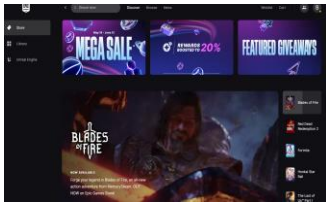
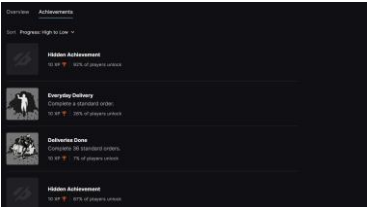
transaksi, sistem harga, dan regulasi yang diterapkan oleh pengembang Steam,



Meskipun Steam kuat dari sisi fungsionalitas, UX-nya masih memiliki kekurangan dalam hal kejelasan, kesederhanaan, dan konsistensi pengalaman antar pengguna. Seperti banyaknya turunan fitur yang terkesan tersembunyi dan membingungkan bagi pengguna baru maupun lama. <https://doi.org/10.4018/JGIM.20211101.0a16>

Kelebihan dan Kekurangan Epic Games

Table 3. Kelebihan *User Experience* Epic Games Store

Kelebihan Epic Games Store		
Contoh	Kelebihan	Sumber
	Antarmukanya yang sederhana dan intuitif membuat proses pencarian, pembelian, dan pengelolaan <i>game</i> menjadi sangat mudah, bahkan bagi pengguna baru.	https://doi.org/10.20944/preprints202407.1925.v1
	Epic Games Store juga memiliki integrasi sistem pencapaian yang serbaguna. Melalui penggunaan Epic Online Services SDK (EOS SDK). Fitur ini meningkatkan keterlibatan pemain dengan memberikan mereka motivasi dan tantangan yang jelas dan sistem notifikasi saat pencapaian berhasil dibuka.	https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/815669/Pham_Dat.pdf?sessionid=2BC3D075FEF84D4C9A8E41AFAFBBBD73?sequence=2



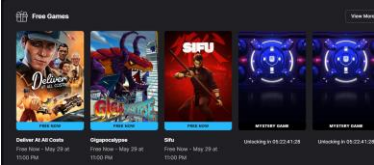
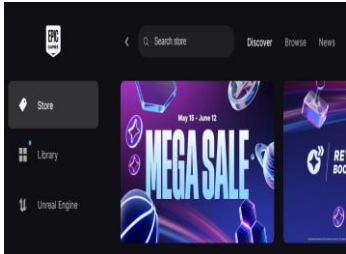
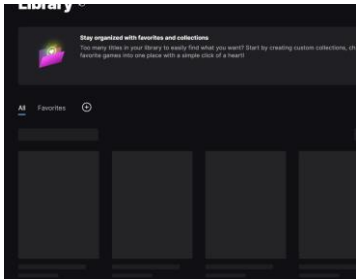
	Epic Games Store juga rutin setiap minggu atau setiap <i>event</i> tertentu memberikan <i>game</i> acak secara gratis dan promo eksklusif dan diskon secara berkala, sehingga pengguna dapat mengakses <i>game</i> secara gratis atau dengan harga yang terjangkau.	https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/815669/Pham_Dat.pdf?sessionid=2BC3D075FEF84D4C9A8E41AFAFBBBD73?sequence=2
---	--	---

Table 4. Kekurangan *User Experience* Epic Games Store

Kekurangan Epic Games Store		
Contoh	Kekurangan	Sumber
	Salah satu masalah utamanya adalah pengguna masih mengeluhkan perihal tampilan antarmuka yang kurang intuitif dan minimnya fitur komunitas seperti forum diskusi, fitur ulasan pengguna, yang sebenarnya sangat dibutuhkan untuk membangun interaksi sosial antar pengguna serta meningkatkan pengalaman bermain pengguna.	https://research.contrary.com/company/epic-games
	performa Epic Games Store kerap dianggap kurang stabil, dari beberapa pengguna yang kerap kali melaporkan crash, bug, dan loading yang lambat.	https://research.contrary.com/company/epic-games

Analisis User Experience
Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan dasar teori yang kami gunakan yaitu UX *Honeycomb*. Berikut adalah kemudahan penggunaan berdasarkan UX *Honeycomb*:

- Usable (Mudah Digunakan)**

Steam memiliki keunggulan dalam hal ini berkat antarmuka yang telah lama dikembangkan, navigasi yang mudah dikenali oleh pengguna lama, serta konsistensi tampilan yang mendukung kenyamanan dalam penggunaan. Epic Games Store juga cukup mudah digunakan oleh pengunjung baru karena desainnya yang simpel, meskipun masih agak terbatas dalam fitur-fitur lanjutan.
- Useful (Berguna)**

Fitur komunitas, ulasan dari pengguna, pencapaian, dan integrasi antar perangkat di Steam membuatnya sangat bermanfaat bagi pengguna yang ingin lebih dari sekedar membeli game. Di

sisi lain, meskipun Epic memiliki desain yang sederhana, fungsinya masih kurang optimal karena kurangnya fitur seperti komunitas dan ulasan.

3. *Desirable* (Menarik)

Steam menarik perhatian melalui ekosistem fitur yang kaya dan keberadaan komunitas yang aktif. Sementara itu, Epic mencoba untuk menarik minat dengan strategi seperti menyajikan game gratis, tetapi karena keterbatasan fitur, daya tariknya terasa kurang kuat dalam jangka waktu yang lebih lama.

4. *Findable* (Mudah Ditemukan)

Steam memungkinkan pengguna untuk mencari game sesuai selera dengan sistem pencarian yang efisien, filter, dan rekomendasi yang baik. Sebaliknya, Epic dengan antarmuka minimalis masih tertinggal dalam hal ini karena belum memiliki sistem kategori dan eksplorasi konten yang komprehensif milik Steam.

5. *Accessible* (Dapat Diakses)

Kedua platform ini relatif baik dalam hal aksesibilitas secara teknis (multi-platform), namun belum ada penjelasan mendetail mengenai aksesibilitas untuk pengguna yang memiliki kebutuhan khusus. Namun, Steam memiliki keunggulan karena kompatibilitas dengan lebih banyak perangkat dan fitur integrasi yang lebih lengkap.

6. *Credible* (Terpercaya)

Steam mempunyai kredibilitas yang lebih tinggi karena sudah lama berkecimpung di industri ini, didukung oleh komunitas yang besar dan sistem ulasan publik yang terbuka. Epic, di sisi lain, dianggap kurang dipercaya oleh sebagian pengguna karena belum memiliki mekanisme komunitas dan ulasan yang transparan.

7. *Valuable* (Bernilai)

Secara keseluruhan, Steam menawarkan nilai yang lebih tinggi bagi pengguna berkat kelengkapan fitur, keberadaan komunitas, dan dukungan jangka panjang. Sementara itu, Epic memberikan nilai terutama dari segi harga (game gratis), tetapi nilai tersebut belum seimbang dengan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Fitur Interaksi Sosial *STEAM*

Berdasarkan dasar teori yang kami gunakan yaitu UX *Honeycomb*. Berikut adalah kemudahan penggunaan berdasarkan UX *Honeycomb*:

1. *Usable* (Mudah Digunakan)

Fitur sosial seperti obrolan dalam permainan, Grup Steam, dan komunitas workshop sangat penting untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam berinteraksi, berdiskusi, dan membangun jaringan. Ini menambah aspek sosial yang bermanfaat di luar sekadar membeli dan memainkan game.

2. *Useful* (Berguna)

Fitur sosial di Steam dikembangkan agar mudah digunakan dalam konteks bermain game (seperti obrolan langsung), serta terintegrasi langsung dalam antarmuka platform. Ini meningkatkan keefisienan dan kenyamanan dalam berinteraksi tanpa mengganggu aktivitas utama.

3. *Desirable* (Menarik)

Kemampuan untuk bersosialisasi dan berinteraksi membuat Steam lebih menarik dibandingkan dengan platform pesaing yang memiliki fitur sosial terbatas. Unsur ini memberikan pengalaman yang lebih pribadi dan emosional bagi pengguna, meningkatkan keterlibatan.

4. *Findable* (Mudah Ditemukan)

Steam menempatkan fitur sosial pada posisi strategis dalam antarmuka: obrolan mudah diakses saat bermain, grup komunitas dapat dicari berdasarkan permainan atau minat, dan

workshop terhubung dengan halaman permainan. Ini memfasilitasi kemudahan dalam menemukan dan mengakses interaksi sosial.

5. *Accessible* (Dapat Diakses)

Fitur komunikasi real-time dan forum komunitas dapat diakses di berbagai perangkat (PC, mobile), memudahkan pengguna dari beragam latar belakang untuk tetap terhubung, meskipun belum disebutkan secara eksplisit adanya dukungan untuk kebutuhan khusus.

6. *Credible* (Terpercaya)

Adanya komunitas yang aktif dan fitur interaksi sosial yang terbuka (seperti forum dan ulasan) memperkuat kepercayaan terhadap platform. Ini menunjukkan transparansi dan keterbukaan, serta memberikan kesan bahwa Steam adalah platform yang dihuni oleh komunitas yang nyata.

7. *Valuable* (Bernilai)

Fitur sosial menambah nilai platform karena memperluas fungsi Steam menjadi lebih dari sekadar toko digital—menjadi ekosistem sosial yang memperkaya pengalaman pengguna, mendorong loyalitas, dan menciptakan keterlibatan jangka panjang.

Fitur Interaksi Sosial *Epic Games Store*

Berdasarkan dasar teori yang kami gunakan yaitu UX *Honeycomb*. Berikut adalah kemudahan penggunaan berdasarkan UX *Honeycomb*:

1. *Usable* (Mudah Digunakan)

Saat ini, EGS belum menyediakan fungsi-fungsi sosial seperti forum, ulasan pengguna, atau sistem komunitas, yang seharusnya dapat meningkatkan interaksi dan kerja sama antar pengguna. Akibatnya, fungsi EGS terbatas pada hanya aspek transaksi (pembelian/pengklaiman *game*).

2. *Useful* (Berguna)

Walaupun desain Epic Game Store umumnya sederhana dan mudah dimengerti oleh pengguna baru, ketiadaan fitur sosial menjadikan kemudahan penggunaannya tidak lengkap dalam konteks dunia permainan modern yang bergantung pada interaksi.

3. *Desirable* (Menarik)

EGS kehilangan daya tarik dalam jangka panjang karena kurangnya elemen emosional dan sosial yang dapat membentuk ikatan dengan para pengguna. Pengalaman yang bersifat individual dan transaksional membuat platform ini kurang menarik jika dibandingkan dengan pesaing seperti Steam.

4. *Findable* (Mudah Ditemukan)

Karena fitur sosial tidak tersedia, para pengguna tidak dapat menemukan informasi komunitas, ulasan, atau pembahasan seputar game secara langsung di dalam platform. Hal ini mengurangi pengalaman eksplorasi dan proses pengambilan keputusan saat membeli.

5. *Accessible* (Dapat Diakses)

Walaupun antarmuka yang sederhana membuat EGS secara teknis mudah diakses, keterbatasan dalam fitur sosial mengurangi akses pengguna ke pengalaman komunitas. Tidak ada informasi mengenai dukungan aksesibilitas untuk pengguna dengan kebutuhan khusus.

6. *Credible* (Terpercaya)

Tidak adanya sistem ulasan pengguna dan forum komunitas membuat informasi terkait game menjadi terbatas. Ini dapat mempengaruhi cara pandang pengguna terhadap kredibilitas game yang ada karena kurangnya masukan dari komunitas.

7. *Valuable* (Bernilai)

Meski Epic Game Store memberikan nilai melalui promosi seperti game gratis, nilai jangka panjang dari pengalaman pengguna terasa rendah tanpa dukungan fitur sosial yang menambah interaksi dan membangun loyalitas.

Simpulan

Artikel ini membahas mengenai perbandingan pengalaman pengguna antara kedua *platform* distribusi *game digital* terkemuka saat ini, yaitu *Steam* dan *Epic Games Store (EGS)*. Fokus studi ini adalah pada dua elemen utama: kemudahan penggunaan dan fitur interaksi sosial, yang merupakan bagian penting dalam menilai kepuasan serta kesetiaan pengguna terhadap *platform digital*.

Kemudahan Penggunaan

Steam memiliki keunggulan yang jelas dalam aspek kemudahan penggunaan. Dengan lebih dari sepuluh tahun pengalaman, *Steam* telah menciptakan sebuah antarmuka yang kompleks tetapi tetap konsisten, dilengkapi dengan berbagai fitur seperti komunitas, ulasan pengguna, sistem pencapaian, dan navigasi yang mendukung berbagai perangkat. Hal ini membuat pengguna dapat dengan mudah menjelajahi serta berinteraksi secara efisien di *platform* tersebut.

Di sisi lain, *Epic Games Store*, meskipun menawarkan antarmuka yang lebih simpel dan mudah diakses bagi pendatang baru, masih kurang dalam hal fitur. Kesederhanaan antarmukanya bisa menjadi dua sisi mata uang—mudah dipahami tetapi kurang kuat dalam menawarkan fungsionalitas yang mendalam. Beberapa fitur penting masih belum ada, seperti komunitas pengguna, sistem ulasan, dan pencapaian dalam permainan.

Fitur Interaksi Sosial

Steam menonjol karena tidak hanya berfungsi sebagai toko *digital* tapi juga sebagai ekosistem sosial. Fitur-fitur seperti chat dalam permainan, forum komunitas, *Steam Groups*, dan *Workshop* memungkinkan para pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, serta menciptakan peluang ekonomi melalui transaksi *item digital* dan modifikasi permainan.

Sebaliknya, *Epic Games Store* masih sangat terbatas dalam hal interaksi sosial. Tidak adanya forum, fitur komentar atau ulasan, serta sistem komunitas mengakibatkan rendahnya keterlibatan emosional dari pengguna. Meskipun *EGS* berhasil menarik perhatian pengguna dengan menghadirkan game gratis, kesetiaan pengguna terhadap *Steam* tetap lebih tinggi karena kekuatan komunitas dan interaksi yang ditawarkan.

Kelebihan dan Kekurangan

Steam:

Kelebihan: Terdapat beragam fitur komunitas, pasar *digital* yang aktif (*Community Market*), serta *platform* monetisasi yang inovatif. Kekurangan: Antarmukanya yang kompleks bagi pendatang baru, dan adabanyak fitur yang tersembunyi serta tidak terlalu intuitif.

Epic Games Store:

Kelebihan: Antarmuka yang sederhana, penyediaan game gratis secara berkala, serta sistem pencapaian yang berbasis *EOSDK*. Kekurangan: Terbatasnya fitur komunitas, performa yang belum sepenuhnya stabil, dan pengalaman pengguna yang bersifat individualistik.

Kesimpulan Umum

Secara keseluruhan, Kemudahan dalam penggunaan menjadi elemen kunci dalam perancangan pengalaman pengguna di *platform* distribusi *game digital*. *Steam* menonjol dalam hal ini karena memiliki antarmuka yang sudah matang, berbagai fitur yang lengkap, dan konsistensi dalam penggunaan yang telah dibangun selama bertahun-tahun, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas penggunanya. Di sisi lain, *Epic Games Store* mempersembahkan tampilan yang lebih sederhana dan bersahabat bagi pemula, namun masih tertinggal dalam hal kelengkapan fitur serta pengalaman pengguna secara keseluruhan. Pengalaman pengguna yang terbaik tidak hanya ditentukan oleh desain

antarmuka, tetapi juga oleh kemudahan untuk mencapai tujuan di *platform*, di mana Steam menunjukkan kelebihan yang lebih jelas dibandingkan dengan Epic Games Store.

Referensi

- Aklani, S. A., Firmansyah, M. D., Suwarno, S., & Siahaan, M. (2024, March). Video Games Sales Strategy Effectiveness Among Gamers In Batam City: A Comparative Study of Epic Gamers and Steam. In *CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences* (Vol. 4, No. 1, pp. 71-78). <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines/article/view/8701>
- Bartolomei, Matteo (A.A. 2021/2022) *The rise and boom of epic games: a comprehensive business analysis on the leading player in the entertainment space behind the story of a Buzzing social phenomenon*. Tesi di Laurea in [Management](#), Luiss Guido Carli, relatore Francesca Vicentini, pp. 39. [Bachelor's Degree Thesis]
- Blancaflor, E., & San Miguel, J. M. G. (2022). Analyzing digital game distribution in gaming industry: A case study. In *Proceedings of the 2nd Indian international conference on industrial engineering and operations management* (pp. 674-681).
- Damayanti, D., Megawaty, D. A., Rio, M. G., Rubiyah, R., Yanto, R., & Nurwanti, I. (2020). Analisis Interaksi Sosial Terhadap Pengalaman Pengguna Untuk Loyalitas Dalam Bermain Game. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 12(2), 2017-2021.
- Firmansyah, R., & Zaini, M. (2023). Pengembangan LKPD berbasis pendekatan saintifik pada materi suhu dan kalor untuk peserta didik SMP kelas VII. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika*, 7(2), 104–113. <https://doi.org/10.20527/jipf.v7i2.14847>
- Jayana, M. A. P., & Priharsari, D. (2022). Analisis pengalaman pengguna pada situs distribusi digital menggunakan metode Usability Testing dan User Experience Questionnaire (studi pada store. steampowered. com dan gog. com). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(2), 527-536. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/10548>
- Jayana, M. A. P., & Priharsari, D. (2022). Analisis pengalaman pengguna pada situs distribusi digital menggunakan metode usability testing dan user experience questionnaire (Studi pada store.steampowered.com dan gog.com). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(2), 527–536. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/10548>
- Kao, M., & Wang, P. (2023, July 25). *Epic Games business breakdown & founding story*. Contrary Research. <https://www.contrary.com/research/epic-games>
- Kristiadi, D. P., Udjaja, Y., Supangat, B., Prameswara, R. Y., Warnars, H. L. H. S., Heryadi, Y., & Kusakunniran, W. (2017, November). The effect of UI, UX and GX on video games. In *2017 IEEE International Conference on Cybernetics and Computational Intelligence (CyberneticsCom)* (pp. 158-163). IEEE. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8311702>
- Kusumarini, C. D., & Ansi, C. D. (2025). Comparative Analysis of Steam and Epic Games Store Application Satisfaction Levels Using the Pieces Method. *Review: Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 2(01), 29-38. <https://jurnal.lenteranusa.id/index.php/RJMSS/article/view/742>
- Maquera Andrade, A. J., & Torres, F. (2024). Operational Analysis of a Video Game Management and Sales Platform. Available at SSRN 4903874. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4903874>

- Mayasari, R., & Heryana, N. (2023). *Konsep dan Teori Desain User Experience Perangkat Lunak*. PT. Neo Santara Indonesia.
- Mukherjee, T. (2023). Videogame distribution and Steam's imperialist practices: Platform coloniality in game distribution. *Journal of Games Criticism*.
- Mulyana, E., Mulyani, E. D. S., & Ruuhwan, R. (2024, August). Perbandingan Ui/Uxepic Games & Steam Untuk Peluncur Game Berbasis Windows Berdasarkan Referensi Pengguna Menggunakan Metode Heuristic. In *SISITI: Seminar Ilmiah Sistem Informasi dan Teknologi Informasi* (Vol. 13, No. 2, pp. 26-36). <http://ejurnal.undipa.ac.id/index.php/sisiti/article/view/1595>
- Munthe, R. D., Brata, K. C., & Fanani, L. (2017). Analisis user experience aplikasi mobile Facebook (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2679–2688. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/1672>
- Pangestu, A., Arifin, Y. T., & Safitri, R. A. (2023). Analisis sentimen review publik pengguna game online pada platform Steam menggunakan algoritma Naïve Bayes. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(6), 3106–3113. <https://mail.ejournal.itn.ac.id/index.php/jati/article/view/8829>
- Pham, D. (2023). *Integration of EOSSDK for game achievements on Epic Games Store*.
- Rizani, M. N., Khalid, M. N. A., & Iida, H. (2023). Application of meta-gaming concept to the publishing platform: Analysis of the Steam games platform. *Information*, 14(2), 110. <https://doi.org/10.3390/info14020110>
- Suganda, J. A., & Isololipu, K. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Epic Games Store Terhadap Loyalitas Pengguna Steam. *Transaksi*, 15(1), 12-26. <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/view/4992>
- Thorhauge, A. M. (2022). The steam platform economy: From retail to player-driven economies. *New Media & Society*, 26(4), 1963-1983. <https://doi.org/10.1177/14614448221081401>
- Wan, M.S.K., Sam, A.F. From praise to polarization: the role of controversial reviews in shaping consumer behavior in the PC game market. *J Market Anal* (2024). <https://doi.org/10.1057/s41270-024-00359-2>
- Wang, Z., Chang, V., & Horvath, G. (2021). Explaining and predicting helpfulness and funniness of online reviews on the Steam platform. *Journal of Global Information Management*, 29(6). <https://doi.org/10.4018/JGIM.20211101.0a16>
- Zalan, T., & Barbesino, P. (2023). Making the metaverse real. *Digital Business*, 3(2). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100059>

