

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Pada perancangan ini, penulis menggunakan *mixed methods*. Creswell (2018) menjelaskan kekuatan *mixed methods* terdapat dalam penggabungan metode kualitatif dan kuantitatif, serta meminimalkan keterbatasan dari kedua pendekatan tersebut. *Mixed methods* adalah strategi yang berguna untuk memiliki pemahaman yang lebih lengkap tentang masalah dan pertanyaan penelitian.

Untuk mengumpulkan data melalui metode kuantitatif, penulis menyebarkan kuesioner. Sebuah desain survei memberikan deskripsi kuantitatif tentang tren, sikap, dan pendapat suatu populasi, atau menguji asosiasi di antara variabel-variabel populasi tersebut, dengan mempelajari sampel dari populasi tersebut (Creswell, 2018).

Sementara itu, dalam mengumpulkan data menggunakan metode kualitatif, penulis melakukan wawancara dengan seorang dosen antropologi, observasi video seorang *board game designer*, dan studi referensi terhadap *board game*. Creswell (2018) mengatakan meskipun prosesnya mirip, metode kualitatif bergantung pada data teks dan gambar, memiliki langkah-langkah analisis data yang unik, dan menarik desain yang beragam.

3.1.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan Dr. Dra. Sri Murni, M.Kes. seorang dosen antropologi Universitas Indonesia. Beliau juga sering kali dipanggil Mbah Uchi oleh para mahasiswa. Wawancara dilakukan pada tanggal 21 Februari 2024 melalui telepon di Whatsapp karena terjadinya beberapa halangan yang tidak terduga untuk melakukan secara tatap muka dan Zoom *meeting*. Tujuan wawancara ini adalah untuk mencari tahu lebih lanjut terkait dengan signifikansi makhluk mitologi dalam konteks budaya, serta relevansinya dengan masa kini dan generasi muda.

Menurut beliau, mite adalah bagian dari folklor yang mengisahkan tentang dewa dan dewi masa lampau, serta dianggap suci oleh masyarakat. Secara lebih spesifik, mite adalah bagian dari cerita prosa rakyat. Mite berbeda dengan folklor dari kepercayaan rakyat, di mana mite memiliki kekhususan, yaitu cerita tersebut dianggap suci oleh para penganutnya dan biasanya diperkuat melalui ritual.

Mitologi merupakan kepercayaan kolektif, yang berarti sesuatu harus memiliki dukungan dari banyak orang agar dianggap sebagai bagian dari mitologi. Beliau mengatakan folklor secara umum harus dipercayai secara kolektif untuk memiliki fungsi dan memperkuat norma budaya. Jika masih ada yang mempercayainya hingga saat ini dan diturunkan dari mulut ke mulut, kepercayaan tersebut dapat disebut sebagai mite.

Dari perspektif antropologi, mitologi sebenarnya lebih berkaitan dengan kesucian atau kesakralan, bukan hal-hal yang menyeramkan. Saat membaca buku-buku mitologi, penting untuk mengetahui latar belakang pengarang, khususnya jika ditulis oleh orang asing, apakah ia benar-benar seorang peneliti atau memiliki tujuan tertentu, seperti menimbulkan ketakutan atau kesalahpahaman di kalangan masyarakat Indonesia. Bahkan, penulis asing sering kali menyebut suku-suku terpencil sebagai primitif untuk merendahkan mereka.

Hewan mitologi memainkan peran penting dalam budaya dan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Mereka membantu mengekalkan dan mempertahankan warisan budaya leluhur. Kemudian, pendukung kolektif juga dapat menyakralkan melalui tradisi ritual, serta menyosialisasikan secara turun-temurun, sehingga setiap generasi diingatkan akan pentingnya menjaga dan menghormati warisan budaya yang telah diterima dari leluhur. Akan tetapi, pengakuan atas mite tetap tergantung pada latar belakang yang mempercayainya, karena kepercayaan suatu daerah akan berbeda dengan daerah lainnya.

Interpretasi terhadap mitologi juga dapat berubah tergantung pada beberapa faktor. Pertama, pendidikan tinggi cenderung mengurangi kepercayaan terhadap mitos, di mana folklor dan mite dianggap sebagai hal yang irasional. Agama besar juga sering kali menganggapnya sebagai sesuatu yang bersifat mistis, sehingga tidak boleh dipercaya. Kedua, dari pendekatan nalar, di mana orang mungkin tidak yakin atau skeptis dengan apakah cerita tersebut adalah kebenaran atau hanya dongeng belaka. Pendapat ini bisa bervariasi tergantung pada pengalaman dan keyakinan individu. Ketiga, faktor migrasi juga berpengaruh terhadap pandangan masyarakat. Ketika seseorang pindah ke kota besar seperti Jakarta, hubungan dengan akar budaya di kampung halaman bisa berkurang. Apalagi jika tinggal di luar negeri yang lebih rasional, hal ini bisa memengaruhi pandangan terhadap mitologi secara keseluruhan.

Beliau berpendapat bahwa adaptasi hewan mitologi Indonesia ke dalam media modern dapat menjadi menarik. Ini dapat digunakan sebagai sarana sosialisasi bagi generasi muda yang mungkin tidak banyak mendengar cerita-cerita lisan tradisional. Dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi, generasi muda dapat memperoleh pengetahuan melalui media yang menarik. Hal ini dianggap lebih baik daripada risiko kehilangan warisan budaya secara perlahan. Apalagi, promosi mitologi dari luar negeri cenderung lebih kuat dan lebih dikenal di kalangan anak muda.

Beliau mengemukakan bahwa penting bagi generasi muda untuk mengetahui hewan mitologi Indonesia. Tanpa pemahaman tersebut, mereka akan kehilangan identitas, menjadi generasi K-Pop atau J-Pop yang tidak mengenal Indonesia sama sekali. Ketika pemuda kehilangan identitasnya, identitas nasional juga menjadi kabur, di mana mereka tidak lagi mengenali asal-usul atau budaya mereka. Bahkan, orang-orang dari budaya K-Pop di Korea atau J-Pop di Jepang mungkin tidak mengakui mereka. Akibatnya, orang yang kehilangan identitas akan merasa galau dan tidak jelas arahnya.

Generasi muda memiliki potensi besar dalam melestarikan warisan budaya hewan mitologi Indonesia, tetapi hal ini tergantung pada pendidikan yang mereka terima. Mahasiswa yang peduli terhadap budaya memiliki kesempatan untuk berkontribusi secara signifikan. Mereka dapat menyalurkan kreativitas mereka dalam berbagai caranya masing-masing untuk melestarikan budaya. Semua tergantung pada seberapa kreatif mereka dalam mengekspresikan minat terhadap warisan budaya. Namun, jika remaja tersebut hanya terlibat dalam kegiatan berkumpul atau bahkan tawuran, hal ini justru dapat menciptakan keributan dan tidak memberi dampak positif pada pelestarian budaya.

Tantangan utama dalam memelihara dan menyebarkan pengetahuan tentang hewan mitologi Indonesia di kalangan pemuda adalah pengaruh global yang semakin kuat. Anak-anak muda terpapar dengan begitu banyak kebudayaan instan dari luar, sehingga mereka cenderung melupakan kebudayaan lokal. Ketika mereka tidak menyadari pentingnya warisan budaya mereka, ada risiko warisan tersebut punah. Generasi tua yang memiliki pengetahuan tentang budaya lokal juga akan semakin berkurang. Jadi, jika generasi muda tidak punya pengetahuan budaya lokal, tidak akan ada lagi yang bisa mewariskan pengetahuan tersebut kepada generasi selanjutnya.

Dapat disimpulkan bahwa warisan budaya hewan mitologi Indonesia memiliki nilai penting dalam mempertahankan identitas dan keberlanjutan budaya. Berbagai faktor seperti pengaruh global, pendidikan, dan perubahan pola pikir dapat mempengaruhi pemahaman dan pelestarian warisan budaya ini di kalangan pemuda. Penting bagi generasi muda untuk memahami warisan budaya mereka agar tidak kehilangan identitas dan nilai-nilai budaya yang penting bagi bangsa Indonesia. Meskipun tantangan dalam memelihara pengetahuan tentang mitologi Indonesia cukup besar, hewan mitologi Indonesia dapat dikenalkan dan dipertahankan melalui penggunaan media modern sesuai dengan kreativitas dan pendidikan masing-masing.

Dengan kesadaran dan partisipasi aktif dari berbagai pihak, pelestarian warisan budaya hewan mitologi Indonesia dapat terus dilakukan untuk generasi selanjutnya.

3.1.2 Observasi Video

Penulis melakukan observasi terhadap video dengan judul “Bikin Tugas Akhir *Board Games*? Anak DKV Yuk Kumpul” yang dipublikasikan pada *channel* Youtube Adhicipta Playground. Video ini berasal dari *live* yang berlangsung selama hampir 1 jam 52 menit pada tanggal 13 September 2020. Observasi ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi mengenai karakteristik, manfaat, dan pembuatan *board game* dari seorang ahli di bidang tersebut. Adhicipta R. Wirawan adalah seorang dosen dan *game designer* dari *video game* “ORBIZ”, “Garuda Riders”, “Djamal”, serta beberapa *board game*, seperti “Waroong Wars” dan “Linimasa”.



Gambar 3.1 Observasi Video Adhicipta Playground

Sumber: www.youtube.com/watch?v=oDFo5iMrn5E&t=4633s (2020)

Board game memiliki sekitar 50 kategori yang berbeda, tetapi Adhicipta membagi *board game* berdasarkan fungsinya, yaitu *educational* dan *non-educational*. *Board game* yang bertujuan untuk pembelajaran, atau dikenal juga sebagai *game-based learning*, didesain dengan tujuan khusus untuk mengembangkan kompetensi atau keterampilan tertentu, termasuk *soft skill*. Proses desainnya juga berbeda dengan *board game non-educational* yang ditujukan semata untuk hiburan, karena *board game educational* lebih menekankan pada aspek pembelajaran.

Salah satu keunggulan *board game* adalah kemampuannya untuk menyajikan konten tanpa memerlukan koneksi internet. Hal ini juga membuat perancangan *board game* tidak memerlukan pengetahuan teknis yang rumit, seperti audio atau *coding*. Oleh karena itu, fokus utama dapat diberikan pada pengalaman pembelajaran yang ingin disampaikan.

Interaksi langsung antara pemain juga merupakan aspek yang sangat kuat dari pengalaman bermain *board game*. *Board game* memungkinkan pemain melihat ekspresi, *body language*, dan perasaan satu sama lain secara langsung. Apalagi, interaksi semacam itu sering kali kurang terjadi di era digital. Sementara itu, interaksi pada *game* digital terjadi setelah mengunggah di suatu *platform* yang mendapatkan respon melalui komentar.

Board game juga memberikan manfaat bagi pengguna dalam hal pembelajaran, baik melalui pembelajaran berbasis pengalaman maupun dari pengetahuan yang diperoleh dalam permainan. Pengguna tidak hanya bermain, tetapi juga merasakan fase pemaknaan atau penutupan setelah permainan berakhir. Pengalaman yang dialami setiap ronde permainan juga dapat berbeda-beda.

Board game dapat menjadi solusi untuk masalah keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran karena dapat membantu meningkatkan motivasi intrinsik dan keseriusan siswa dalam mengerjakan tugas. *Board game* dapat membantu mengurangi hambatan mental yang seringkali terjadi ketika siswa terlibat dalam pembelajaran. Hal ini disebabkan oleh efek *board game* yang dapat membuat orang-orang langsung fokus dan *engaged* dengan materi yang diberikan.

Dalam *game-based learning*, unsur *fun* sangat penting untuk memastikan keterlibatan pemain. *Fun factor* sering kali terbentuk ketika pemain merasa terlibat dalam proses drafting dan mengamati strategi pemain lainnya. Pemain dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu *socializer* yang bermain secara *casual*, *explorer* yang bermain dengan

strategy, achiever yang bermain secara *competitive*, dan *killer* yang bermain secara *disruptive*.

Kebanyakan pemain menikmati pengalaman eksplorasi dan interaksi sosial dalam permainan. Dinamika permainan sering kali melampaui mekanika dasar, terutama dalam *party games* yang dirancang untuk interaksi sosial. Interaksi yang intens dalam permainan dapat menciptakan emosi dan kompetisi yang menyenangkan. Saat merancang permainan edukatif, penting untuk memasukkan unsur *fun* dan memfasilitasi keempat tipe pemain.

Ketika merancang sebuah *board game*, ada beberapa langkah yang perlu dipertimbangkan untuk memastikan kesuksesannya. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan Adhicipta:

1. Tentukan Tujuan: Hiburan vs. Edukasi

Tentukan tujuan *board game* yang dirancang, apakah hanya untuk hiburan atau juga untuk pendidikan. Jika untuk pendidikan, pelajari karakteristik pelajaran yang ingin disampaikan dan masalah yang ingin dipecahkan, serta rencanakan strategi pembelajarannya. Identifikasi apa yang akan dipelajari oleh mahasiswa atau siswa, termasuk *soft skill* dan *hard skill*, seperti kolaborasi dan kepemimpinan.

2. Ketahui Audiens: Pasar Sasaran dan Tujuan Pembelajaran

Kenali target utama pengguna atau konsumen, termasuk rentang usia dan tingkat pendidikan mereka. Hal ini penting untuk mengaitkan produk dengan pasar yang dituju dan memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka. Selama proses riset dan promosi produk, buatlah spesifikasi yang jelas mengenai usia target, masalah yang ingin diselesaikan, dan materi pembelajaran yang akan disajikan.

3. Desain Mekanika Permainan: Menetapkan Prioritas dan *Prototyping*

Desain mekanika permainan dengan mempertimbangkan tema yang telah ditetapkan. Mulailah dengan *Minimum Viable Product* (MVP) untuk menghindari kompleksitas yang berlebihan pada tahap awal. Tetapkan prioritas mekanika yang akan diterapkan, mulai dari pengalaman bermain hingga sistem penilaian. *Prototype* awal harus diuji tanpa elemen visual untuk fokus pada mekanika permainan.

4. Desain Visual: Meningkatkan Pengalaman Pemain dan Daya Tarik Pasar

Setelah mekanika permainan solid, desain visual dapat dimasukkan. Uji ikon dan symbol, serta fokus pada pengalaman yang sesuai dengan target pasar. Kemudian, mulailah merancang *layout* dan *rulebook* juga.

5. Tahap Pengujian: Umpan Balik Internal dan Eksternal

Ada dua jenis pengujian yang dapat dilakukan. Pertama, uji mekanika permainan dengan sesama desainer *game* untuk memastikan tidak ada *bug* dan terdapat kesempatan bagi pemain untuk menang dengan berbagai strategi. Kedua, uji pengalaman permainan dengan target pasar untuk mengonfirmasi pengalaman bermain yang memuaskan.

6. Tahap Produksi: Menemukan Percetakan dan Memastikan Kualitas

Pilihlah percetakan yang sesuai untuk produksi *board game*. Pastikan percetakan memiliki peralatan yang canggih, seperti yang biasanya ditemukan di percetakan kemasan. Perhatikan warna, kontrak, pembayaran uang muka, dan pantau proses produksi. Minta foto atau video untuk memastikan kualitas produksi.

7. Tahap Pemasaran: Membangun Kesadaran Merek dan Keterlibatan

Board game juga perlu dipromosikan. *Tester* awal adalah konsumen potensial pertama. Tingkatkan kesadaran merek melalui

media sosial dan platform lainnya. Bagikan proses pembuatan *game* untuk mendekati diri dengan calon pelanggan dan gunakan ilustrasi sebagai alat promosi yang efektif.

Ditambah lagi, *board game* memiliki potensi besar dalam pasar yang lebih premium atau eksklusif. Beberapa *game* digital terkesan lebih murah karena dibuat dengan biaya rendah dan dapat diproduksi secara tidak terbatas, bahkan dapat bersifat *freemium*. Meskipun produksi *board game* fisik mungkin lebih mahal karena komponen-komponen seperti miniatur, figur, dan produksi terbatas, ada solusi *print and play* yang dapat membantu mengatasi harganya.

Board game menawarkan beragam manfaat, terutama dalam konteks pembelajaran dan interaksi sosial. Mereka dapat meningkatkan motivasi belajar siswa karena mengurangi hambatan mental dalam pembelajaran. Interaksi langsung antara pemain memperkaya pengalaman bermain yang disajikan tanpa memerlukan koneksi internet. Maka, penting untuk memasukkan unsur *fun* dalam permainan, terutama dalam konteks *game-based learning*, untuk memastikan keterlibatan pemain dan pengalaman pembelajaran yang efektif. Untuk memastikan kesuksesan, terdapat beberapa tahapan yang dapat dilakukan, yaitu tentukan tujuan, ketahui audiens, desain mekanika permainan, desain visual, tahap pengujian, tahap produksi, serta pemasaran dan promosi. Meskipun produksi cenderung mahal, *board game* memiliki potensi besar pada pasar *premium*.

3.1.3 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan terhadap tiga *board game* yang memiliki kekhasan masing-masing. Penulis mencari referensi untuk mencari inspirasi dan mempelajari pendekatan kreatif dalam desain permainan, sehingga penulis dapat kembangkan dalam perancangan ini. Tiga *board game* tersebut adalah “Magic: The Gathering”, “Splendor”, dan “Labyrinth”.

1. *Board Game* “Magic: The Gathering”

“Magic: The Gathering” adalah *collectible card game* pertama yang diterbitkan pada tahun 1993 oleh Wizards of the Coast dan dirancang oleh Richard Garfield. Dalam “Magic: The Gathering”, *spell* adalah jenis kartu yang dilemparkan oleh seorang pemain. Jenis kartu dalam “Magic: The Gathering” adalah *creatures*, *artifacts*, *enchantments*, *sorceries*, *instants*, *planeswalkers*, *battles*, and *lands*.

“Magic: The Gathering” adalah permainan kartu yang dimainkan oleh dua pemain, di mana tujuannya adalah mengurangi jumlah nyawa lawan dari 20 menjadi 0. Pemain menggunakan kartu-kartu untuk melemparkan mantra, memanggil makhluk, dan menerapkan strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Sumber daya utama dalam permainan ini adalah *mana*, yang dihasilkan dari kartu tanah dan kartu-kartu yang diambil dari *deck* setiap giliran.

Konflik terjadi melalui pertempuran antara makhluk yang dipanggil oleh pemain dan dengan melemparkan mantra untuk menargetkan makhluk atau pemain lawan. Permainan berakhir saat nyawa salah satu pemain habis atau saat seorang pemain tidak dapat menarik kartu dari *deck* mereka.



Gambar 3.2 *Board Game* “Magic: The Gathering”
Sumber: i.insider.com/5ef0d7f7f34d05245e595fd5?width=1000&format=jpeg&auto=webp (2023)

Untuk perancangan penulis, studi referensi dilakukan terhadap kartu *creature*. Kartu *creature* berfungsi sebagai cara utama untuk menyerang, bertahan, dan mengaktifkan kemampuan selama giliran

pemain. Variasi makhluk mencakup berbagai bentuk, ukuran, dan tingkat kekuatan yang berbeda, sehingga kerusakan yang ditimbulkan dan diterima oleh makhluk akan bergantung pada faktor-faktor ini. Kemampuan kartu *creature* berbeda-beda berdasarkan faktor warna, biaya *mana*, atau karakter yang diwakili oleh kartu tersebut. Makhluk tidak bisa menyerang pada giliran yang sama mereka masuk ke medan permainan, atau dikenal sebagai *summoning sickness*.



Gambar 3.3 Kartu “Magic: The Gathering”

Sumber: images.ctfassets.net/s5n2t79q9icq/1z13R9mGzDfdRrp6f4bEtx/4dbed6b57bc6ff7c1fe7bd0033a52da1/48njalb3udbhaj8.png (n.d.)

“Magic: The Gathering” terdiri dari lima warna dasar yang mewakili berbagai aspek kekuatan dan gaya permainan. Putih melambangkan keadilan, pertahanan, dan penyembuhan, sehingga kartu putih fokus pada pengendalian, pemulihan, dan perlindungan diri sendiri atau sekutu. Biru mewakili pengetahuan, kontrol, dan refleksi, sehingga kartu biru mengontrol papan permainan, mengganggu strategi lawan, dan memanfaatkan pengetahuan. Hitam melambangkan ambisi dan keinginan, sehingga kartu hitam mengorbankan sumber daya, memanipulasi kehidupan, dan mencapai tujuan dengan berbagai cara. Merah mencerminkan emosi, keberanian, dan kegembiraan, sehingga kartu merah menekankan serangan langsung, kerusakan cepat, dan kekacauan. Hijau melambangkan alam dan pertumbuhan, sehingga kartu hijau berfokus pada pertumbuhan makhluk, regenerasi, dan memanfaatkan kekuatan alam.

Kartu “Magic: The Gathering” menggunakan jenis *typeface serif* dengan komposisi teks dan gambar yang hampir sama pada *single-column grid*. Teks dalam kartu terdiri atas nama makhluk, biaya *mana*, jenis, simbol, kotak teks berisi efek khusus dan latar cerita, serta kekuatan atau ketangguhannya. Gambar makhluk yang sesuai dengan namanya berada di dalam kotak.

“Magic: The Gathering” menggunakan genre ilustrasi fantasi. Ilustrasi dalam kartu “Magic: The Gathering” sering menggambarkan makhluk khayalan, seperti makhluk mitos, peri, monster, dan karakter fiksi lainnya. Selain itu, banyak kartu juga mencakup unsur-unsur sihir seperti mantra, pesona, atau efek-efek yang terkait dengan kekuatan magis. Ilustrasi-illustrasi ini mencerminkan berbagai tema dan alur cerita dalam permainan, serta menambah dimensi visual dan imajinatif bagi pemainnya. Selain itu, “Magic: The Gathering” juga memiliki ilustrasi dekoratif pada bagian warna kartunya yang mendukung estetika desain.

2. *Board Game* “Splendor”

“Splendor” didesain oleh Marc André dan dipublikasikan oleh Space Cowboys pada tahun 2014. Permainan ini cocok untuk 2 hingga 4 pemain, berlangsung sekitar 30 menit, dan direkomendasikan untuk usia 10 tahun ke atas. “Splendor” termasuk dalam *Eurogames* yang dikenal dengan sistem aturan yang relatif sederhana, fokus pada strategi daripada keberuntungan, dan komponen berkualitas tinggi. Untuk perancangan penulis, studi referensi dilakukan terhadap mekanika pengambilan *token* dan pembelian kartu pada “Splendor”.

Tujuan utamanya adalah menjadi pedagang paling sukses dengan mengumpulkan poin prestise. Pemain memperoleh poin prestise dengan membeli kartu pembangunan dan mengumpulkan *token* batu permata. Sumber daya utama dalam permainan ini adalah *token* batu permata yang digunakan untuk membeli kartu pembangunan yang menghasilkan

permata baru atau bonus. Bonus-bonus ini mengurangi biaya pembelian dan menarik perhatian patron bangsawan..

Konflik dalam permainan terjadi ketika pemain bersaing untuk mendapatkan kartu pembangunan yang sama atau ketika mereka berusaha menghalangi pemain lain dari mencapai tujuan mereka. Permainan berakhir ketika salah satu pemain berhasil mengumpulkan sejumlah poin prestise tertentu, biasanya 15 poin dengan mengumpulkan bangsawan dan kartu pengembangan memicu akhir permainan.



Gambar 3.4 Board Game “Splendor”

Sumber: cdn.mos.cms.futurecdn.net/RqGo7W3g4escRJ9F5PoaHB-1280-80.jpg (n.d.)

Warna-warna dalam “Splendor” dapat digunakan untuk membedakan jenis-jenis kartu dan *token* dalam permainan. Selain itu, warna juga digunakan sebagai indikator penting yang membantu pemain dalam mengembangkan strategi untuk meraih kemenangan. Warna-warna tersebut merupakan representasi dari jenis permata yang ada dalam permainan, yaitu biru untuk *sapphire*, merah untuk *ruby*, hijau untuk *emerald*, putih untuk *diamond*, hitam untuk *onyx*, dan kuning untuk *gold joker*. Sementara itu, terdapat kartu tingkat 1 dengan warna hijau yang paling umum, kartu tingkat 2 dengan warna kuning yang lebih berharga, dan kartu tingkat 3 dengan warna biru yang paling berharga. Kartu memiliki nilai yang semakin tinggi seiring dengan tingkat kartu yang lebih berharga.



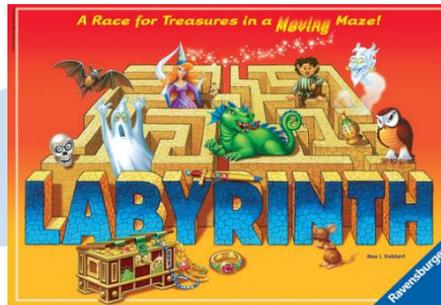
Gambar 3.5 *Setup* “Splendor”

Sumber: static.wixstatic.com/media/59baa2_189f476b989c41a0b2c803e29ac66b51~mv2_d_1772_1599_s_2.png/v1/fill/w_541,h_489,al_c,q_85,usm_0.66_1.00_0.01,enc_auto/SCSPL01FR_Setup.png (n.d.)

Komposisi permainan “Splendor” didominasi oleh gambar. Gambar-gambar yang digunakan berkaitan dengan tema perdagangan dan kekayaan, seperti batu permata, tokoh bangsawan, dan arsitektur. Maka, “Splendor” menggunakan *typeface modern* untuk elemen teksnya. Pemilihan *typeface* ini berperan dalam mendukung estetika desain, daya tarik visual, dan keterbacaan keseluruhan dari materi permainan. Hal ini penting karena angka harus dapat dibaca dengan cepat oleh pemain yang perlu terus menyusun strategi.

3. *Board Game* “Labyrinth”

“Labyrinth” adalah *family game* yang didesain bagi pemain dari segala usia, sehingga anak-anak kecil, remaja, orang tua, dan kakek-nenek memiliki kesempatan yang sama untuk menang. Permainan ini dirancang untuk 2-4 pemain berusia tujuh tahun ke atas. “Labyrinth” didesain oleh Ravensburger untuk hiburan, dengan mekanika sederhana yang membutuhkan sedikit strategi dan banyak keberuntungan. Untuk perancangan penulis, studi referensi dilakukan terhadap konsep perubahan dan pendorongan rute di papan permainan. Berdasarkan observasi penulis, mekanika seperti ini unik karena jarang ditemukan di Indonesia.



Gambar 3.6 Board Game “Labyrinth”

Sumber: acrosstheboardcafe.com/wp-content/uploads/2015/06/Labyrinth.png (n.d.)

Tujuan dari “Labyrinth” adalah mencapai semua harta karun dan target, menggunakan rute terpendek yang memungkinkan pada labirin. Akan tetapi, permainan ini memiliki *twist*, di mana struktur labirin bisa berubah kapan saja saat pemain memanipulasi rute untuk membuat jalur lebih mudah bagi dirinya sendiri atau memblokir jalur lawan yang menjadi konflik dalam permainan. Dengan dinding yang terus bergerak, setiap permainan selalu menarik dan tidak ada alur yang sama.



Gambar 3.7 Papan Permainan “Labyrinth”

Sumber: acrosstheboardcafe.com/wp-content/uploads/2015/06/Labyrinth-gallery-2.jpg (n.d.)

Elemen dalam permainan “Labyrinth” memiliki komposisi yang didominasi oleh ilustrasi. “Labyrinth” terdiri atas berbagai jenis ilustrasi. Secara garis besar, ilustrasi “Labyrinth” masuk ke kategori hiburan yang menciptakan suasana yang menyenangkan dan menghibur. “Labyrinth” masuk ke dalam genre ilustrasi fantasi yang menggambarkan labirin dengan makhluk-makhluk khayalan, dan berbagai harta lainnya. Selain itu, terdapat karakter yang

menggambarkan tokoh-tokoh dalam permainan untuk memberikan identitas dan kepribadian. Ilustrasi “Labyrinth” menggunakan gaya ilustrasi karikatur yang menambahkan elemen humor dan keceriaan. Terakhir, terdapat juga elemen dekoratif yang memberikan detail dan nuansa tambahan pada pengalaman bermain. Dengan kombinasi ini, “Labyrinth” menciptakan dunia imajinatif yang menarik dan menghibur bagi para pemainnya.

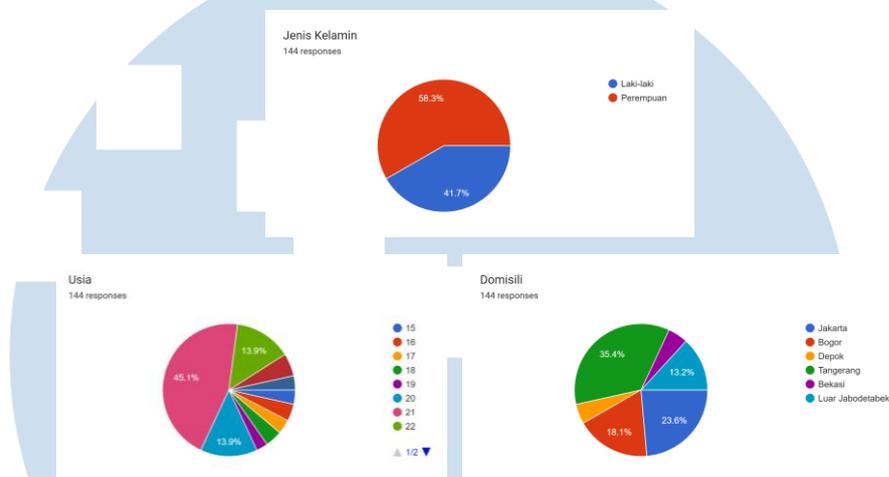
Sementara itu, *typeface display* pada judul menciptakan elemen yang mencolok dan menarik perhatian, sehingga mudah dikenali dan menekankan identitas permainan. Di sisi lain, pemilihan jenis huruf sans serif untuk elemen teks lainnya memastikan komunikasi yang jelas dan keterbacaan, terutama untuk instruksi, deskripsi, dan informasi penting lainnya. Kombinasi jenis huruf ini memiliki keseimbangan antara estetika dan fungsionalitas, sehingga dapat berkontribusi pada pengalaman bermain yang menyenangkan dan ramah bagi pemain.

3.1.4 Kuesioner

Pada perancangan ini, penulis menggunakan metode kuantitatif berbentuk kuesioner melalui Google Form. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data mengenai preferensi, pandangan, dan pengetahuan generasi muda seputar hewan legendaris dan media. Penyebaran kuesioner dilaksanakan secara *online* siswa, mahasiswa dan karyawan berusia 15-24 tahun di Jabodetabek.

Kuesioner memiliki total 144 responden dan diisi oleh 58,3% (84 orang) perempuan dan 41,7% (60 orang) laki-laki. Untuk usia responden, 3,5% (5 orang) berusia 15 tahun, 4,2% (6 orang), 3,5% (5 orang) berusia 17 tahun, berusia 16 tahun, 4,2% (6 orang) berusia 18 tahun, 2,8% (4 orang) berusia 19 tahun, 13,9% (20 orang) berusia 20 tahun, 45,1% (65 orang) berusia 21 tahun, 13,9% (20 orang) berusia 22 tahun, 5,6% (8 orang) berusia 23 tahun, dan 3,5% (5 orang) berusia 24 tahun. Sebanyak 35,4% (51 orang) responden berdomisili di Tangerang, 23,6% (34 orang) responden di

Jakarta, 18,1% (26 orang) di Bogor, 13,2% (19 orang) berada di luar Jabodetabek, 4,9% (7 orang) di Depok, dan 4,9% (7 orang) di Bekasi.



Gambar 3.8 Jenis Kelamin (Atas), Usia (Kiri Bawah), dan Domisili (Kanan Bawah) Responden Kuesioner

Untuk pertanyaan dengan skala likert, penulis membuat 6 poin, 1 untuk sangat tidak setuju (STS), 2 untuk tidak setuju (TS), 3 untuk agak tidak setuju (ATS), 4 untuk agak setuju (AS), 5 untuk setuju (S), dan 6 untuk sangat setuju (SS). Kemudian, skala ini akan dihitung untuk mendapatkan skor akhir dengan cara membagi total skor dengan skor tertinggi, lalu mengalikan dengan 100.

Untuk menghitung total skor dari setiap pernyataan, penulis melakukan perkalian jumlah responden di setiap poin dengan angka poin tersebut. Sementara itu, skor tertinggi dalam likert adalah 864 yang ditemukan dengan cara mengalikan 144 responden dan 6 poin. Kemudian, Berdasarkan perhitungan penulis, kategori interpretasi skor akhir adalah 0%-16,66% untuk sangat tidak setuju, 16,67%-33,33% untuk tidak setuju, 33,33%-50% untuk agak tidak setuju, 51%-67,66% untuk agak setuju, 67,67%-84,33% untuk setuju, dan 84,34%-100% untuk sangat setuju.

Pada kuesioner bagian pertama, penulis mencari tahu pandangan generasi muda terkait dengan hewan legendaris melalui beberapa pernyataan. Mayoritas responden, sebanyak 43,1% (62 orang), agak setuju

dengan pernyataan mengetahui hewan legendaris Indonesia itu penting. Kemudian, 36,1% (52 orang) agak setuju dan 29,9% (43 orang) setuju dengan pernyataan memiliki peran dalam budaya dan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Sementara itu, jawaban responden terbagi menjadi dua kelompok pada pernyataan hewan legendaris memiliki relevansi dengan masa kini, dengan 30,6% (44 orang) agak setuju, 24,3% (35 orang) agak tidak setuju, 19,4% (28 orang) tidak setuju, dan 18,1% (26 orang) setuju.

Tabel 3.1 Tabel Pandangan terhadap Hewan Legendaris Indonesia

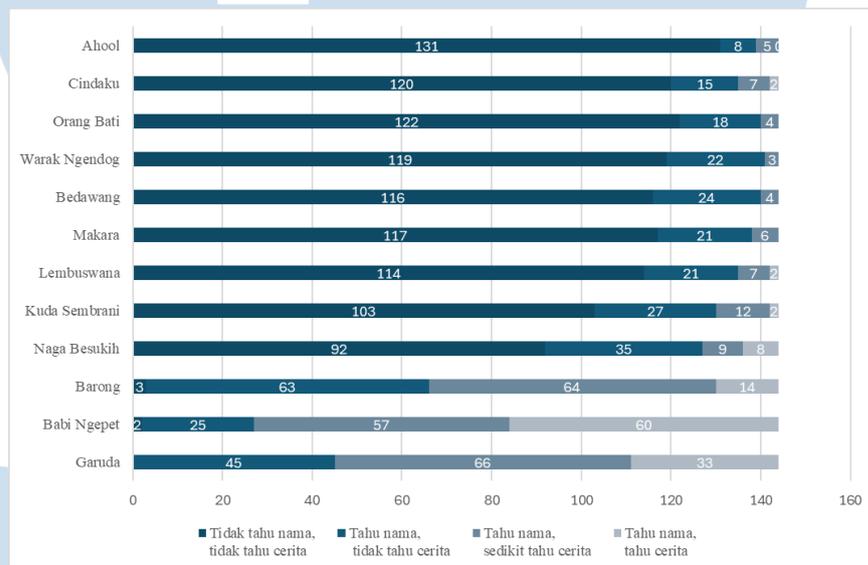
Pandangan Terhadap Hewan Legendaris							
Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Skor (%)
Menurut saya, mengetahui hewan legendaris Indonesia itu penting	2	8	30	62	25	17	67,48
Hewan legendaris memiliki peran dalam budaya dan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia	1	10	17	52	43	21	71,88
Hewan legendaris memiliki relevansi dengan masa kini	5	28	35	44	26	6	58,80
Saya tertarik untuk mengetahui hewan legendaris Indonesia	2	7	14	35	39	47	78,13

Penulis menemukan bahwa mayoritas responden tertarik untuk mengetahui hewan legendaris Indonesia, di mana sebanyak 32,6% (47 orang) sangat setuju, 27,1% (39 orang) setuju, dan 24,3% (35 orang) agak setuju dengan pernyataan tersebut. Alasan terbesar dari ketertarikan ini adalah konsep fantasi dan imajinasi yang dapat dieksplorasi yang dipilih oleh 75,7% (109 orang). Beberapa alasan lain terkait ketertarikan terhadap hewan legendaris` adalah nilai-nilai moral atau simbolik (54,9% atau 79 orang), bentuk visual yang tidak lazim dan ciri khasnya (52,1% atau 75 orang), serta sifat hewan yang unik dan misterius (47,9% atau 69 orang).

Tabel 3.2 Tabel Alasan Ketertarikan terhadap Hewan Legendaris

Jawaban	Jml.	%
Konsep fantasi dan imajinasi yang dapat dieksplorasi	109	75,7
Nilai-nilai moral atau simbolik	79	54,9
Bentuk visual yang tidak lazim dan ciri khasnya	75	52,1
Sifat hewan yang cenderung unik dan misterius	69	47,9
Cerita hewan legendaris yang membuat penasaran	1	0,7
Percaya hewan legendaris nyata	1	0,7
Potensi menjadi karya seni komersil khas daerah asalnya	1	0,7
Tidak tertarik	11	7,6

Penulis juga menanyakan pengetahuan pemuda tentang hewan legendaris Indonesia, di dalamnya termasuk Barong, Garuda, Kuda Sembrani, Cindaku, Ahoor, Orang Bati, Makara, Naga Besukih, Bedawang, Lembuswana, Warak Ngendog, dan Babi Ngepet. Saat ditanyakan tentang Barong, jumlah responden yang tahu nama, tetapi tidak tahu cerita adalah sebanyak 44,4% (64 orang) dan responden yang tahu nama dan sedikit tahu cerita adalah 43,8% (63 orang). Sementara itu, 45,8% (66 orang) mengaku mengetahui nama Garuda, tetapi sedikit mengetahui ceritanya. Sementara itu, untuk Babi Ngepet, terdapat sebanyak 41,7% (60 orang) tahu nama dan tahu cerita.



Gambar 3.9 Bar Chart Pengetahuan tentang Hewan Legendaris Indonesia

Namun, Kuda Sembrani tidak dikenal nama dan ceritanya oleh sebagian besar responden, yaitu sebanyak 71,5% (103 orang). Situasi yang sama terjadi pada hewan legendaris lainnya, di mana mayoritas responden tidak tahu nama dan ceritanya, yaitu Cindaku (83,3% atau 120 orang), Ahoor (91% atau 131 orang), Orang Bati (84,7% atau 122 orang), Makara (81,3% atau 117 orang), Naga Besukih (79,2% atau 114 orang), Bedawang (80,6% atau 116 orang), Lembuswana (79,4% atau 100 orang), dan Warak Ngendog (82,6% atau 119 orang).

Secara keseluruhan, responden berpendapat bahwa penting untuk mengetahui hewan legendaris Indonesia karena hewan legendaris cukup memainkan peran dalam budaya dan kehidupan sehari-hari masyarakat dan memiliki relevansi dengan zaman sekarang. Namun, ditemukan bahwa mayoritas responden tidak mengetahui sebagian besar hewan legendaris Indonesia yang penulis sebutkan. Meskipun demikian, mereka menunjukkan ketertarikan untuk mengetahuinya lebih lanjut.

Pada bagian berikutnya, penulis membahas mengenai hewan legendaris dalam media. Responden mengatakan bahwa mereka sering melihat informasi mengenai hewan legendaris luar negeri, di mana sebanyak 30,6% (44 orang) sangat setuju dan 29,2% (42 orang) setuju dengan pernyataan tersebut. Di sisi lain, sebagian besar responden mengaku mereka tidak setuju (36,8% atau 53 orang) dan agak tidak setuju (29,2% atau 42 orang) dengan pernyataan bahwa mereka sering melihat informasi mengenai hewan legendaris Indonesia. Mayoritas responden tahu lebih banyak hewan mitologi luar negeri dibandingkan hewan mitologi Indonesia, dengan 30,6% (44 orang) sangat setuju dan 27,8% (40 orang) setuju.

Tabel 3.3 Tabel Hewan Legendaris dalam Media

Hewan Legendaris dalam Media							
Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Skor (%)
Saya sering melihat informasi mengenai hewan legendaris luar negeri	2	12	12	32	42	44	76,85
Saya sering melihat informasi mengenai hewan legendaris Indonesia	9	53	42	27	8	5	48,50
Saya tahu lebih banyak hewan legendaris luar negeri dibandingkan Indonesia	6	10	17	27	40	44	75,12

Responden paling banyak mengetahui informasi mengenai hewan mitologi luar negeri dari film atau animasi (89,6% atau 129 orang). Responden juga banyak melihat informasi ini melalui media sosial (69,4% atau 100 orang), *game* (64,6% atau 93 orang), dan buku (44,4% atau 64 orang). Sementara itu, 13,2% (19 orang) mengetahui dari orang tua atau teman dan hanya 2,1% (3 orang) mengaku tidak pernah melihat informasi hewan legendaris luar negeri.

Tabel 3.4 Tabel Sumber Informasi Hewan Legendaris Luar Negeri

Sumber Informasi Legenda Luar Negeri	Jml.	%
Film/Animasi	129	89,6
Media Sosial	100	69,4
Game	93	64,6
Buku	64	44,4
Orang tua atau Teman	19	13,2
Tempat Wisata	1	0,7
Merchandise	1	0,7
Karya Seni Rupa	1	0,7
Tidak pernah	3	2,1

Mayoritas responden, sebanyak 65,3% (94 orang), mengetahui informasi mengenai hewan legendaris Indonesia dari media sosial. Sementara itu, media lainnya adalah film atau animasi (42,2% atau 61 orang), orang tua atau teman (41% atau 59 orang), dan buku (38,2% atau 55 orang). Kemudian, hanya 12,5% (18 orang) pernah melihat informasi mengenai hewan legendaris Indonesia melalui *game* dan 3,5% (5 orang) tidak pernah melihat sama sekali. Beberapa media lainnya adalah melalui seni atau mengunjungi tempat secara langsung.

Tabel 3.5 Tabel Sumber Informasi Hewan Legendaris Indonesia

Sumber Informasi Legenda Indonesia	Jml.	%
Media Sosial	94	65,3
Film/Animasi	61	42,4
Orang tua atau Teman	59	41
Buku	55	38,2
Game	18	12,5
Tempat Wisata	3	2,1
Merchandise	1	0,7
Karya Seni Rupa	1	0,7
Tempat Tinggal	1	0,7
Bertemu Langsung	1	0,7
Sekolah	1	0,7
Teater	1	0,7
Tidak pernah	5	3,5

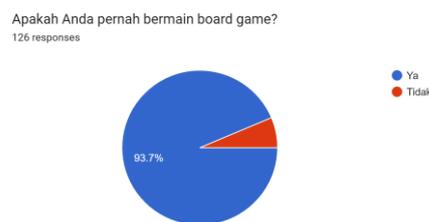
Menurut pendapat responden, alasan generasi muda lebih mengetahui hewan legendaris luar negeri dibandingkan Indonesia adalah jarangya ditemukan media yang mengangkat hewan legendaris (74,3% atau 107 orang) dan kurangnya representasi dalam media hiburan (72,9% atau 105 orang). Selain itu, 43,8% (63 orang) mengatakan akses materi

kurang tersebar luas atau sulit diakses, 38,2% (55 orang) mengatakan legenda Indonesia sering diangkat secara menakutkan, 33,3% (48 orang) mengatakan kurangnya integrasi dalam pendidikan, dan 29,9% (43 orang) mengatakan legenda Indonesia terkesan tua.

Tabel 3.6 Tabel Alasan Kurang Tahu Hewan Legendaris Indonesia

Jawaban	Jml.	%
Jarang menemukan media yang mengangkat	107	74,3
Kurang representasi dalam media hiburan	105	72,9
Akses materi kurang tersebar luas atau sulit diakses	63	43,8
Sering kali diangkat secara menakutkan/horror	55	38,2
Kurangnya integrasi dalam pendidikan	48	33,3
Legenda Indonesia terkesan tua atau ketinggalan zaman	43	29,9
Kualitas media yang mengangkat kurang baik	1	0,7

Berdasarkan hasil pada bagian kedua kuesioner, penulis menemukan bahwa responden lebih sering melihat informasi mengenai hewan legendaris luar negeri, khususnya melalui film atau animasi. Informasi mengenai hewan legendaris Indonesia cukup jarang dilihat oleh responden dan mereka biasanya paling banyak melihat di media sosial. Bahkan, responden mengatakan mereka tahu lebih banyak hewan legendaris luar negeri dibandingkan Indonesia. Menurut responden, alasan utama terjadinya hal ini adalah jarangya ditemukan media yang mengangkat dan kurangnya representasi dalam media hiburan, seperti film, animasi, atau *game*.



Gambar 3.10 Pie Chart Pengalaman Bermain Responden

Selanjutnya, penulis ingin mengetahui mengenai preferensi responden terkait dengan *board game*. Terdapat 93,1% (134 orang) pernah bermain *board game* dan 6,9% (10 orang) tidak pernah bermain *board game*. Sementara itu, hal yang membuat sebuah *board game* menarik dan menghibur bagi para responden adalah interaksi sosial (77,1% atau 111

orang). Mereka paling menyukai unsur interaksi sosial yang ditawarkan oleh *board game*, yang memang menjadi kelebihan utama *board game* dibandingkan *game* digital.

Kemudian, 72,2% (104 orang) menyukai mekanika permainan dan 70,1% (101 orang) menyukai desain visual. Kedua elemen ini dapat penulis manfaatkan dalam perancangan *board game*. Sementara itu, hanya 39,6% (57 orang) yang mengaku tertarik dengan narasi dalam *board game*. Hal ini berarti penulis akan membuat narasi yang sederhana dan memberikan kisah hewan legendaris secara ringkas agar mereka masih tertarik untuk membaca.

Tabel 3.7 Tabel Elemen *Board Game* yang Menarik

Ketertarikan Board Game	Jml.	%
Interaksi Sosial	111	77,1
Mekanisme	104	72,2
Desain Visual	101	70,1
Narasi	57	39,6
Kemudahan	1	0,7
Keunikkan	1	0,7
-	1	0,7

Dalam konteks *board game*, terdapat beberapa hal yang responden ingin tahu terkait hewan mitologi Indonesia. Responden paling ingin mengetahui kekuatan atau keistimewaan khusus (87.3% atau 110 orang) dan gambar atau ilustrasi (84.1% atau 106 orang). Kemudian, 62.7% (79 orang) ingin mengetahui nama dan 49.2% ingin mengetahui asal usul daerah.

Tabel 3.8 Tabel Konten yang Diinginkan

Ketertarikan Konten Mitologi	Jml.	%
Kekuatan atau Keistimewaan Khusus	110	87.3
Gambar atau Ilustrasi	106	84.1
Nama	79	62.7
Asal Usul Daerah	62	49.2
loot drop	1	0,8
Kebiasaan	1	0,8
Cerita asal usulnya	1	0,8
Pesan tersirat dari cerita	1	0,8
-	1	0,8

Dapat disimpulkan bahwa *board game* populer di kalangan pemuda. Mereka paling menyukai unsur interaksi sosial yang diikuti oleh elemen lainnya yang menjadi pertimbangan, yaitu mekanika dan desain visual. Hal ini berarti, dalam perancangan *board game*, penulis perlu membuat permainan yang menjadi wadah berbagai jenis pemain untuk memungkinkan beragam interaksi. Penulis juga dapat memfokuskan perancangan pada desain mekanika dengan visual yang menarik atau cocok dengan pemuda. Sementara itu, konten yang paling diinginkan oleh responden adalah kekuatan atau keistimewaan khusus dan ilustrasi dari hewan mitologi Indonesia.

3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang penulis gunakan untuk membuat *board game* adalah teori dari Slack (2017) dalam buku “The Board Game Designer’s Guide”. Berikut adalah tahapan yang penulis lakukan dalam perancangan *board game* mengenai hewan legendaris Indonesia:

1. *Getting Started and Generating Ideas*

Pada tahap pertama, penulis mencari tahu mengenai makhluk legendaris Indonesia. Dari sini, penulis menemukan bahwa terdapat makhluk legendaris berbentuk hewan yang menarik dan unik. Penulis juga melakukan *brainstorming* melalui *mind map* untuk mendapatkan *big idea* permainan yang dapat menggambarkan hewan legendaris tersebut.

2. *Key Elements and Considerations*

Pada tahap kedua, terdapat beberapa elemen utama yang menjadi pertimbangan penulis dalam merancang *board game*. Penulis mulai dengan menentukan audiens, membuat *user persona*, serta memperkirakan waktu permainan, dan jumlah pemain. Kemudian, penulis menentukan mekanika dan tema permainan, serta komponen dan kondisi menang. Penulis juga mulai memikirkan seni dan desain secara sederhana dengan *usability* dari visualisasi tersebut.

3. *Designing and Playtesting the Game*

Pada tahap ketiga, penulis membuat *prototype* untuk menguji kembali konsep permainan yang dirancang. *Prototype* dibuat menggunakan bahan-bahan sederhana terlebih dahulu. Tahap ini melibatkan pengujian permainan dengan pemuda, dimulai dari uji coba bersama keluarga dan teman hingga *blind testing*, di mana keterlibatan penulis terbatas pada mengamati, mencatat, dan memahami tantangan yang dihadapi pemain seakan penulis tidak hadir. Kemudian, penulis melakukan finalisasi aturan permainan sesuai dengan hasil *playtest*.

4. *Finishing the Game*

Pada tahap keempat, terdapat beberapa hal untuk mengetahui permainan sudah selesai adalah sedikit umpan balik untuk perbaikan, pengalaman konsisten, dan tujuan untuk selesai, bukan sempurna. Kemudian, penulis mulai membuat seni, desain, dan *layout* dari permainan. Seni dan desain perlu dicocokkan dengan tema dan *gameplay*, membuat pemain merasa menjadi bagian dari permainan dan dunia, di mana permainan itu berlangsung. Seni yang mencolok dan menarik perhatian orang adalah tantangan karena bersifat subjektif, tetapi penulis dapat menyesuaikan style yang sekiranya sesuai dengan audiens yang akan memainkan *board game* ini dan cocok dengan tema. Pastikan desain mudah diikuti, konsisten, dan menarik secara visual. Selain itu, seni dan desain juga perlu bersifat mudah diikuti, fungsional, dan konsisten. Setelah memastikan permainan sudah hampir selesai, penulis membuat *prototype*. Pada tahap ini, penulis menyertakan semua komponen yang diperlukan dan mencari vendor percetakan yang bisa memproduksi cetakan dalam jumlah kecil.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A