

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Board game*

Board game yang merupakan permainan berbasis papan yang dimainkan dengan menggunakan berbagai komponen fisik seperti pion, kartu, atau dadu sebagai elemen utama dalam mekanisme permainannya. Permainan ini juga menggunakan aturan dan interaksi sosial antar pemain dalam mencapai tujuan tertentu, dan dalam bermain tidak selalu mengandalkan keberuntungan ada juga yang memerlukan penggunaan strategi. *Board game* mampu mampu dalam meningkatkan kemampuan pemecahan masalah dan pemikiran strategis, serta mampu dalam membangun suasana pembelajaran yang interaktif dan menyenangkan (Permanda, 2020, h.19). Sehingga dapat menjadi media edukatif yang efektif yang sekaligus menjadi hiburan bagi pemain.



Gambar 2.1 *Board game*
Sumber: <https://kids.britannica.com/students/article...>

2.1.1 Jenis *Board game*

Dalam *board game* terbagi menjadi berbagai jenis dengan tipe permainan yang berbeda-beda dari satu dengan yang lain. Berdasarkan Limantrara et al (2015) terdapat 6 jenis *board game* yang berbeda, terdiri dari

Strategy Board game, German Style Board game, Race Game, Roll and Move Game, Trivia Game, dan Word Game (h.3).

1. Strategy Board game

Merupakan permainan *board game* yang menggunakan strategi sebagai unsur utamanya dalam permainan dimana keahlian seseorang lebih menentukan untuk menang dan tidak didasari oleh keberuntungan. Permainan seperti ini mengharuskan pemain untuk berpikir secara logistik dalam melakukan sebuah gerakan dalam permainan. Contoh sederhana pada *strategy board games* ialah catur.



Gambar 2.2 *Strategy Board game*
<https://id.wikipedia.org/wiki/Catur>

2. German-Style Board game

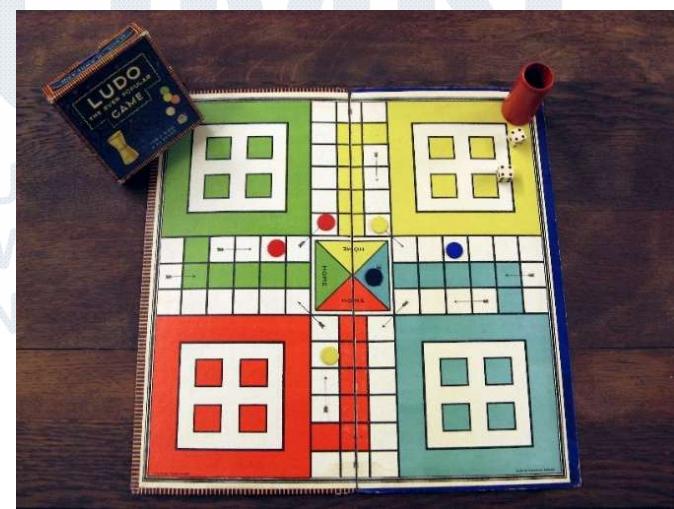
Board game ini merupakan permainan dengan aturan yang mudah dipahami oleh pemain sehingga cepat dalam memahami alur jalan permainannya. Walaupun permainan ini sederhana namun tetap membuat pemain untuk Menyusun suatu strategi yang efektif, dan tidak hanya bergantung pada keberuntungan. Dimana umumnya, *board game* ini mengangkat tema seperti dalam bagian ekonomi dan aktivitas kehidupan sehari-hari, sehingga dapat memberikan suasana pengalaman bermain yang lebih santai namun tetap menantang. tidak seperti *board game* yang berfokus pada peperangan, jenis permainan ini lebih fokus kepada manajemen, perencanaan dan pengambilan keputusan yang akurat.



Gambar 2.3 *German-Style Board game*
<https://www.ebay.it/itm/402285515760>

3. Race Game

Race game yang merupakan jenis *board game* di mana pemain saling berkompetisi untuk menjadi yang paling pertama dalam mencapai garis akhir. Permainan ini menggunakan mekanisme yang melibatkan pergerakan bidak/pion sepanjang permainan dengan mengikuti aturan atau tertara pada jumlah langkah tertentu. Keseruan permainan muncul dari segi permainan yang berhubungan dengan balapan dan kecepatan, di mana setiap pemain berusaha mengatur Langkah secepat dan sebaik mungkin untuk menang.



Gambar 2.4 *Race Game*
<https://en.wikipedia.org/wiki/Ludo>

4. Roll and Move Game

Permainan *roll and move* merupakan *board game* yang mengharuskan pemain dalam melempar dadu dalam rangka menentukan angka tertentu sebagai peraturan utama dalam permainanya. Dimana angka yang muncul kemudian akan digunakan untuk alat pergerakan langkah untuk menjalankan bidak/pion pemain dalam papan permainan. Sebab pergerakan pemain sepenuhnya ditentukan oleh hasil acak, maka permainan ini sangat bergantung pada keberuntungan. Salah satu contoh yang populer *board game* ini adalah *Monopoly* sebagai permainan klasik yang sudah dikenal dan dimainkan oleh banyak orang.



Gambar 2.5 *Roll and Move Game*

<https://www.history.co.uk/articles/the-history-of-monopoly>

5. Trivia Game

Trivia merupakan salah satu jenis *board game* dimana sangat bergantung pada ilmu pengetahuan umum yang dimiliki pemain. Maka sepanjang permainan berjalan, pemain dites kemampuannya dalam berbagai pertanyaan, dimana siapa pun yang dapat menjawab paling cepat dan tepat akan mendapatkan poin sehingga yang menjawab banyak dinyatakan sebagai pemenang. Pada umumnya jenis permainan yang menguji kemampuan berpikir cepat sekaligus wawasan ilmu pemain. Sehingga permainan terasa lebih edukatif namun tetap seru dan kompetitif.

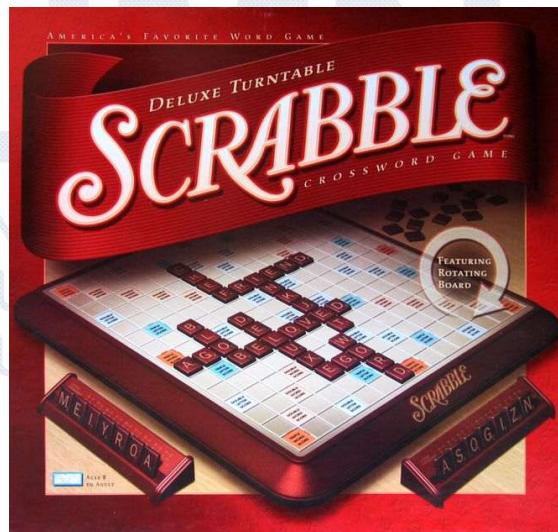


Gambar 2.6 Trivia Game

<https://www.britannica.com/topic/Trivial-Pursuit>

6. Word Game

Pada permainan ini mengharuskan pemain untuk memiliki pengetahuan dan kecerdasan dalam menyambungkan huruf untuk membentuk sebuah kata. Dimana pemain harus memiliki kemampuan dalam berbahasa atau kosa kata mereka untuk mendapatkan poin yang tinggi. Jenis *board game* yang populer ini ialah *Scrabble* yang mana menantang pemain dalam berpikir cepat dan menyusun kata yang tepat dan akurat dalam rangka memenangkan permainan.



Gambar 2.7 Word Game

<https://boardgamegeek.com/geeklist/190509/best...>

2.1.2 Elemen *Board game*

Berdasarkan Tracy Fullerton (2024) dalam buku *game design workshop 5th edition* yang menjelaskan bahwa dalam perancangan sebuah *game* termasuk *board game* terdapat 7 elemen formal dalam membentuk sebuah *board game*. Tujuh elemen formal ini meliputi *Players*, *Objectives*, *Procedures*, *Rules*, *Resources*, *Conflict* dan *outcome*. Dengan pemahaman elemen elemen ini, desainer dapat merancang dan membuat *board game* yang memeliki keseimbangan dalam strategi, tantangan dan kesenangan bermain Bersama.

1. *Players*

Pemain dalam bermain *board game* merupakan elemen utama dimana permainan berjalan dari adanya pemain didalamnya atau melalui interaksi antara satu sama lain dalam rangka mencapai tujuan permainan. Interaksi antar pemain tidak hanya menimbulkan rasa kompetitif, tetapi juga membangun kerja sama, negosiasi maupun pengambilan keputusan lainnya. Pemain akan mendapatkan peran masing masing dalam permainan yang di dasarkan dari alur interaksi antar pemain. Dengan adanya peran yang berbeda pada masing-masing pemain akan menciptakan pengalaman bermain yang lebih dinamis sehingga meningkatkan interaksi selama permainan berlangsung.



Gambar 2.8 *players*
<https://pin.it/Ub3goWH7i>

2. Objectives

Objektif dari *board game* meliputi pencapaian atau tujuan yang perlu dicapai pemain dalam permainan berlangsung. Setiap *board game* memiliki suatu objektif yang lebih dari satu dalam rangka membuat pemain merasa menantang. Maka dari ini memiliki objektif adalah suatu hal yang penting untuk membuat pemain semangat dalam bermain.

3. Procedures

Prosedur ini merupakan sebuah proses pengambilan tahap tindakan yang dilakukan pemain dalam bermain *board game*. Yang dimulai dengan tahap preparasi dengan membaca peraturan dan menyiapkan komponen dari *Board game*. Kemudian tahap progresi dimana permainan di mulai. Tahap spesial dimana pemain mendapatkan pencapaian yang spesial/ tidak mudah di capai. Terakhir tahap penyelesaian dimana pemain sudah mencapai kemenangan.

4. Rules

Peraturan yang terdapat dalam *board game* ini untuk mengarahkan pemain untuk memainkan permainan ini dengan adil dan tidak adanya kecurangan. Serta memudahkan pemain dalam mengerti aturan dan pesan dari *Board game* ini, dimana pemain dapat meraih kemenangan dengan adil.



Gambar 2.9 Rules

<https://pin.it/423w7BY3g>

5. Resources

Dalam sebuah *board game* memiliki *resource* atau sumber daya yang merupakan elemen penting yang dijadikan alat bagi pemain untuk mencapai tujuan permainan. Sumber daya ini berupa seperti token ataupun uang yang didapatkan pemain selama berlanjutnya permainan yang dibuat sesuai dengan tema/ konsep dari *board game* yang telah ditentukan.



Gambar 2.10 Resources “herbaceous”

<https://pin.it/132VSagG4>

6. Conflict

Konflik dalam permainan *board game* merupakan suatu tantangan yang dialami pemain dalam rangka mencapai kemenangan. Namun tantangan tersebut dibuat tidak terlalu mudah agar pemain tidak mudah bosan dan merasakan tantangan selama permainan berjalan. Hal ini menyebabkan adanya persaingan antar pemain dengan bisa sabotase sesama karena perbedaan strategi dan sumber daya yang berbeda.

7. Outcome

Hasil adalah tahap terakhir yang didapatkan pemain dari berakhirnya *board game* ini. Pada tahap ini pemain akan menghitung total poin yang diperoleh berdasarkan dari peraturan untuk menentukan pemenang dari selama permainan. Poin tersebut menjadi acuan utama untuk menentukan pemenang sehingga pemain dapat melihat sejauh mana strategi dan keputusan yang mereka ambil berpengaruh terhadap hasil akhir. Setelah pemenang ditentukan, permainan resmi ditutup.

2.1.3 Mekanik *Board game*

Berdasarkan dari buku yang berjudul The Art of Game Design: A Book of Lenses, Schell (2019) yang menyatakan bahwa dalam permainan terdapat beberapa mekanik yang digunakan dalam *board game*. Mekanik ini penting dalam pembuatan *board game*, dimana dapat membuat sebuah permainan lebih menantang dan seru dimainkan namun juga edukatif (h.53).

1. Space

Ruang merupakan berbagai tempat yang ada didalam permainan yang berhubungan. Ruangan ini memiliki daerahnya masing masing yang dapat di hubungkan maupun tidak, dengan membatasi area dalam permainan dengan lainnya. Dengan adanya pembagian ruang bertujuan untuk mengatur pergerakan pemain, membatasi aktivitas tertentu dan memudahkan pemain dalam menavigasi permainan (.



Gambar 2.11 Space “wingspan”

<https://europe.stonemaiergames.com/products/wingspan>

2. Time

Waktu adalah sebuah mekanik penting dan berpengaruh dalam *board game*. Dimana waktu ini dapat menentukan suasana dalam permainan (h.172). Maka waktu yang perlukan dalam *board game* ini disesuaikan dengan konsep sebab jika terlalu cepat pemain kebingungan ataupu tidak santai, dan jika terlalu lama maka pemain akan bosan. Dengan penyesuaian waktu yang tepat, pemain diharapkan dapat

bermain dengan lebih santai, memahami strategi, serta tetap merasa tertantang hingga permainan berakhir.

3. *Objects*

Objek ini masuk kedalam elemen-elemen seperti karakter, props, atribut. Objek ini ada berdasarkan dengan konsep *board game* dimana dapat mempengaruhi pemain dalam menentukan pilihan saat permainan berlangsung (h.174).

4. *Actions*

Aksi merupakan dasar mekanik yang terdapat dalam *board game*. Aksi ini terbagi menjadi 2 yaitu aksi strategis dimana pemain membangun strategi untuk melihat pergerakan lawan (h.179). Aksi dasar dimana gerakan yang dibuat dari permainan tersebut.

5. *Rules*

Peraturan merupakan mekanik yang terpenting sebab mekanik ini mengatur cara permainan di mainkan. Peraturan ini diadakan untuk menghindari adanya kecurangan antar pemain (h.184). Dengan ini pemain dapat lebih mengerti dalam bermain. Maka tujuan sampai akhir permainan ini dapat tercapai dengan adanya peraturan ini, seperti bagaimana cara permainan di mainkan sampai akhir.

6. *Skill*

Skill ini lebih fokus kepada tingkat kemampuan/ keahlian pemain. Keahlian tersebut dibagi menjadi tiga kategori utama, yaitu keahlian fisik yang berkaitan dengan ketahanan atau aktivitas fisik pemain, keahlian mental yang menuntut pemain untuk terus berpikir, analisis dan mengambil keputusan, serta keahlian sosial mendorong terjadinya interaksi, komunikasi, dan kerja sama antar pemain (h.191).

7. *Chance*

Kesempatan/peluang dalam sebuah *board game* memerlukan hal yang mengejutkan dalam permainan. Dengan adanya chance ini pemain

dapat memenangkan permainan dengan keterampilan hingga membuat suasana yang menegangkan dan meningkatkan pengalaman pemain (h.208).

2.1.4 Elemen Desain

Dalam desain menurut Robin Landa (2014) pada buku *Graphic Design Solution 5th edition*, elemen-elemen visual bertujuan mempermudah informasi dan pesan yang ingin dicapai (h.2). Elemen desain merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah perancangan dan tampilan *board game*. Elemen desain ini mencakup warna, tipografi, *layout* dan ilustrasi. Maka dengan menggunakan elemen desain dapat mempengaruhi tingkat pengalaman bermain. Berikut penggunaan elemen desain dalam perancangan *board game*.

a. Warna

Menurut Linda Holtzschue (2011) dalam buku *understanding color an introduction for designers fourth edition*, Warna merupakan elemen dasar dalam desain visual yang memiliki pengaruh besar terhadap persepsi, emosi, dan komunikasi sebagai desainer (h.2-3). Teori warna menjelaskan bagaimana warna dapat dikelompokkan, dikombinasikan, dan digunakan untuk mencapai efek tertentu dalam karya visual. Pemahaman teori warna penting agar desain tidak hanya indah secara estetis, tetapi juga efektif secara komunikatif.



Gambar 2.12 warna “*hues and cues*”

<https://pin.it/5GGI3qA5Q>

1. Primary, Secondary, and Intermediate

Warna primer yang terbagi dari merah, kuning dan biru, dimana warna tersebut kontras dari satu dengan yang lain dan jika digabungkan maka membuat warna hijau, jingga dan ungu. Warna sekunder tidak memiliki kontras yang besar Diantara warnanya dengan dan adanya kesamaan seperti hijau dan ungu yang memeliki warna biru didalamnya. *Intermediate* warna Adalah titik tengah diantara warna primer dan sekunder (h.72).

2. Cool and Warm

Warna dibagi menjadi dua kelompok utama berdasarkan nuansanya. Kelompok warna dingin mencakup biru, hijau, dan ungu, yang memberikan kesan tenang dan sejuk. Sementara itu, kelompok warna hangat meliputi merah, kuning, dan jingga, yang menghasilkan suasana energik dan penuh kehangatan (h.74).

3. Komplementer

Warna komplementer dihasilkan dari perpaduan warna-warna yang saling berseberangan pada roda warna (h.76). Setiap warna, baik warna utama maupun hasil campuran, memiliki pasangan komplementernya masing-masing. Kombinasi ini biasanya digunakan untuk menciptakan kontras yang kuat sehingga elemen visual terlihat lebih menonjol dan mudah dibedakan.

4. Analogous

Penggunaan warna analogus dilakukan dengan memilih warna-warna yang letaknya berdekatan pada roda warna, seperti biru, biru-hijau, dan hijau (h.75). Warna-warna ini masih memiliki hubungan dengan warna primer yang sama, sehingga menghasilkan tampilan visual yang selaras, harmonis, dan terasa lebih nyaman dipandang karena tidak menimbulkan kontras yang terlalu kuat.

5. *Tertiary*

Menggunakan tiga warna yang berjarak sama dalam roda warna, misalnya merah, kuning, biru. Yang jika digabungkan menghasilkan warna abu atau coklat (h.77-78).

6. Hitam, Putih Abu

Warna akromatik yaitu hitam dan putih yang ada dari kehadiran cahaya. Warna abu-abu ini didapatkan dari pencampuran warna hitam dan putih (h.78).

b. Tipografi

Berdasarkan dari buku *thinking with type* dari Ellen Lupton (2004) Tipografi adalah seni mengatur huruf dalam bentuk visual sehingga teks tidak hanya dapat dibaca, tetapi juga memiliki nilai estetis. Dalam desain, tipografi berfungsi sebagai penghubung utama antara informasi verbal dan visual (Kartika, 2015, h.313). Kegunaan tipografi dalam desain meliputi:



Gambar 2.13 Tipografi berbagai *board game*
<https://pin.it/6Ecm8cDQc>

1. Keterbacaan (*readability*) Pemilihan jenis huruf, ukuran, dan spasi harus memudahkan audiens membaca informasi dengan nyaman (h.314).

2. *Legibility*: gaya tipografi dapat memberikan makna tambahan, misalnya huruf *sans-serif* menampilkan kesan modern, sedangkan *serif* memberikan kesan formal dan elegan (h.313).
3. Aspek kesesuaian: penggunaan variasi tipografi, seperti bold, italic, atau ukuran besar, dapat membantu menekankan bagian tertentu dari informasi (h.315).

Kemudian tipografi dibagi menjadi beberapa jenis ciri khas berdasarkan bentuk visual, struktur, dan karakter hurufnya (Kusnadi, 2018, h.94). Setiap jenis tipografi ini memiliki fungsi dan kesan yang berbeda dalam penyampaian pesan visual.

1. *Serif*

Serif merupakan jenis huruf yang memiliki garis kecil atau kait pada ujung batang huruf (h.95). Jenis huruf ini umumnya memberikan kesan formal, klasik, dan terpercaya. *Serif* sering digunakan pada media cetak seperti buku, jurnal, dan surat kabar karena dinilai nyaman dibaca dalam teks panjang.



Gambar 2.14 Tipografi *Serif*
<https://www.figma.com/resource-library/best-...>

2. *Sans Serif*

Sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki kaitan pada ujung huruf. Memiliki karakteristik yang sederhana, bersih, dan modern (h.95). Jenis huruf ini banyak digunakan pada media

digital karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik pada layar, serta memberikan kesan minimalis dan kontemporer.



Gambar 2.15 Tipografi *Sans Serif*
<https://www.figma.com/font-types/sans-serif/>

3. *Script*

Script merupakan jenis huruf yang menyerupai tulisan tangan atau kaligrafi. Huruf-hurufnya biasanya saling terhubung dan memiliki alur yang dinamis (h.95). *Script* digunakan untuk menciptakan kesan elegan, personal, atau artistik, namun kurang cocok untuk teks panjang karena keterbacaannya yang terbatas.



Gambar 2.16 Tipografi *Script*
<https://pranataprinting.com/jenis-huruf-tipografi/>

4. *Decorative*

Decorative adalah jenis huruf yang dirancang untuk menarik perhatian dan digunakan pada ukuran besar, seperti judul, logo, atau headline. Bentuknya unik, dekoratif, dan ekspresif

(h.96).. *Decorative* tidak disarankan untuk teks panjang karena fokus utamanya adalah estetika dan daya tarik visual.



Gambar 2.17 Tipografi *decorative*
<https://jasalogo.id/artikel/kelebihan..>

5. *Monospace*

Monospace merupakan jenis huruf di mana setiap karakter memiliki lebar yang sama (h.96). Jenis huruf ini sering digunakan dalam konteks teknis seperti pemrograman atau tabel data. Kesan yang ditampilkan cenderung kaku, sistematis, dan fungsional.



Gambar 2.18 Tipografi *Monospace*
<https://canonical.com/blog/the-monospace-is-coming>

c. *Grid dan Layout*

Grid adalah sistem tata letak yang digunakan untuk menata elemen visual agar terstruktur, konsisten, dan seimbang. Berdasarkan dari buku *100 Design principles for using grids* menurut Tondreau (2009), Grid membantu desainer mengatur ruang sehingga desain

terlihat lebih rapi dan profesional. Layout berfungsi sebagai penempatan letak informasi yang di buat secara teratur supaya dalam bermain *board game* pemain tidak mabok akan penempatannya. juga memiliki peran yang penting dalam desain, Dimana dengan adanya *grid, layout* dapat dibuat.



Gambar 2.19 *grid & layout* dalam *board game*
<https://pin.it/4OYLbIH92>

1. *Columns*: merupakan wadah vertikal yang berfungsi menampung elemen visual maupun teks dalam sebuah tata letak. Lebar setiap kolom disesuaikan dengan ukuran halaman atau layar yang digunakan, sehingga konten dapat tersusun secara rapi dan proporsional (h.10). Penggunaan kolom membantu mengatur alur baca, menjaga konsistensi struktur desain, serta mempermudah pembagian informasi agar tidak menumpuk pada satu area. Dalam konteks perancangan layout, columns menjadi fondasi utama yang mengarahkan bagaimana konten diposisikan dan diorganisasikan dengan efektif.
2. *Modules*: unit atau divisi kecil yang memisahkan area konten secara lebih terstruktur. Setiap modul memiliki batas ruang yang konsisten dan teratur, sehingga memudahkan penyusunan elemen visual dalam skala lebih detail (h.10).

Dengan menggabungkan beberapa modul, desainer dapat membentuk kolom atau grid dengan berbagai ukuran sesuai kebutuhan visual. Modules memberikan fleksibilitas dalam penataan konten, karena setiap bagian dapat diatur, dipindahkan, atau disesuaikan tanpa mengganggu keseluruhan struktur layout.

3. *Margins*: merupakan area kosong yang terletak di antara konten utama dengan batas halaman. Fungsi margins tidak hanya sebagai batas visual, tetapi juga memberikan ruang napas agar tampilan tidak terlihat penuh atau sesak (h.10). Selain itu, margin dapat memuat informasi sekunder seperti catatan kecil, nomor halaman, atau elemen dekoratif pendukung. Penggunaan margins yang tepat membantu menciptakan keseimbangan visual dan meningkatkan kenyamanan membaca.
4. *Spatial zones*: pengelompokan beberapa modul atau kolom untuk membentuk sebuah area khusus dengan fungsi tertentu (h.10). Zona ini dapat digunakan untuk menampilkan elemen spesifik seperti gambar, ilustrasi, data penting, atau blok informasi tertentu. Dengan adanya spatial zones, konten menjadi lebih terarah dan mudah diidentifikasi oleh pembaca, karena setiap area memiliki peran yang jelas dalam keseluruhan komposisi layout.
5. *Markers*: *Markers* berfungsi sebagai alat navigasi visual yang membantu pembaca mengenali struktur halaman. Elemen ini dapat berupa nomor halaman, ikon, header, footer, atau penanda lain yang menunjukkan posisi informasi (h.10). *Markers* membuat desain lebih terorganisir dan memudahkan pengguna dalam memahami alur konten, terutama dalam dokumen panjang atau multi-halaman. Kehadirannya

memastikan pengalaman membaca yang lebih intuitif dan efisien.

d. Ilustrasi

Ilustrasi adalah bentuk visual berupa gambar yang berfungsi menyampaikan pesan, memperkuat teks, atau menambah nilai estetika (Doyle, 2018). Menurut Soedarso (2014, h.566) dibedakan menjadi beberapa jenis ilustrasi, penggunaan ilustrasi ini digunakan untuk menyesuaikan visual dengan topik yang akan dirancang kedalam *board game*.

1. Ilustrasi naturalis

Ilustrasi naturalis adalah gaya gambar yang menampilkan objek dengan tingkat kemiripan yang tinggi terhadap bentuk aslinya di dunia nyata. Dalam gaya ini, ilustrator berusaha menggambarkan detail secara akurat, tanpa mengurangi atau menambahkan elemen yang tidak ada pada objek sebenarnya. Fokus utamanya adalah ketepatan visual, sehingga hasil ilustrasi terlihat realistik dan mendekati kondisi objek di alam.

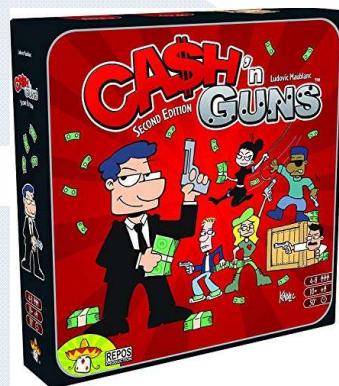


Gambar 2.20 ilustrasi naturalis “*forest shuffle*”
<https://tinyurl.com/4bez9dbr>

2. Ilustrasi Kartun

Ilustrasi kartun merupakan gaya gambar yang cenderung sederhana, imajinatif, dan sering memiliki sentuhan humor.

Bentuk-bentuknya biasanya dibuat lebih ringan dan tidak terlalu detail, sehingga memberikan kesan lucu, ekspresif, dan mudah dipahami. Gaya ini banyak digunakan dalam media hiburan, komik, animasi, maupun materi edukasi anak karena mampu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih fun dan menarik perhatian..



Gambar 2.21 ilustrasi kartun “Cash ‘N Guns”
<https://www.homeschoolof1.com/board...>

3. Ilustrasi Karikatur

Gaya ilustrasi ini menggambarkan objek dengan melebih-lebihkan ciri khas atau karakteristik tertentu, sehingga tampilannya terlihat lebih menonjol dan mencolok dari aslinya. Pendekatan ini sering digunakan sebagai bentuk penyampaian pesan, terutama dalam kritik sosial atau politik, karena sifatnya yang satir dan mampu menarik perhatian melalui distorsi visual yang unik.



Gambar 2.22 ilustrasi karikatur “*fie fiesen 7*”
<https://tinyurl.com/yc3fanxj>

4. Ilustrasi Dekoratif

Ilustrasi dekoratif berfungsi untuk mempercantik dan memperkaya tampilan suatu desain agar terlihat lebih menarik secara visual. Gaya ini digunakan sebagai elemen hias yang mendukung keseluruhan estetika, serta dapat dimanfaatkan untuk menonjolkan bagian-bagian tertentu dalam *board game* sehingga tampil lebih jelas dan menarik perhatian pemain.



Gambar 2.23 ilustrasi dekoratif “*exploding kittens*”
<https://pin.it/4538E96bi>

e. Karakter Desain

Desain karakter merupakan proses perancangan visual dan konseptual terhadap tokoh yang bertujuan untuk menyampaikan identitas, kepribadian, peran, serta nilai tertentu kepada audiens. Menurut Tillman (2011), desain karakter tidak hanya berfokus pada

tampilan visual, tetapi juga pada latar belakang, sifat, motivasi, dan hubungan karakter dengan lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, karakter berfungsi sebagai media komunikasi yang mampu membangun keterikatan emosional dengan pengguna. Dalam desain karakter, aspek visual memiliki peranan penting karena menjadi kesan pertama yang diterima audiens. Bentuk tubuh, proporsi, warna, ekspresi wajah, dan atribut pendukung digunakan untuk merepresentasikan sifat dan peran karakter.

Selain aspek visual, karakter juga harus memiliki kepribadian yang jelas. Kepribadian ini dapat ditampilkan melalui gestur, pose, ekspresi, serta narasi yang menyertainya. Konsistensi antara visual dan sifat karakter menjadi faktor penting dalam menciptakan karakter yang kuat dan bermakna. Dalam konteks media interaktif seperti permainan atau *board game*, desain karakter juga berfungsi sebagai representasi peran pemain. Karakter dapat membantu pemain memahami mekanisme permainan, tujuan, dan strategi yang harus dijalankan. Desain karakter yang efektif mampu meningkatkan keterlibatan pemain serta memperkuat pesan atau nilai yang ingin disampaikan melalui permainan tersebut.

2.2 Gaya Hidup Hedonisme

Hedonisme berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*hedone*” yang merupakan kesenangan atau kenikmatan. Pada awalnya kemunculan hedonisme tidak dipahami sebagai gaya hidup berlebihan, melainkan sebagai pandangan filosofis yang menempatkan kesenangan sebagai kebaikan intrinsik dan tujuan hidup manusia (Lampe, 2014, h.2). Kemudian hedonisme mengacu pada padndagan hidup dan perilaku yang menempatkan kesenangan sebagai tujuan utama dan tertinggi hidup mereka yang diprioritaskan. Dalam perilaku hedonis ini dapat dilihat dari sikap atau gaya hidup yang menjadikan kepuasan dalam bentuk kesenangan instan, kemewahan dan tidak memedulikan dampaknya dalam jangka panjang. Dengan demikian hedonisme ini merupakan perilaku yang menganggap kesenangan dan

kepuasan materi sebagai tujuan hidup utama mereka (Gule, 2021). Dalam konteks perilaku modern, hedonisme tidak hanya dimaknai sebagai pencarian kesenangan semata, tetapi juga tercermin dalam pola konsumsi individu. Hedonisme sering dikaitkan dengan perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan produk dan layanan bukan berdasarkan kebutuhan utama, melainkan dorongan emosional, gaya hidup, serta keinginan untuk mendapatkan kepuasan sesaat. Perilaku ini diperkuat oleh faktor lingkungan sosial, media, dan perkembangan teknologi.

Pada *gen z*, kecenderungan hedonisme semakin terlihat seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial dan akses informasi yang cepat. Media sosial berperan dalam membentuk standar gaya hidup tertentu melalui konten yang menampilkan kemewahan, tren, dan pencapaian materi. Paparan tersebut mendorong individu untuk mengikuti gaya hidup yang dianggap ideal, sehingga keputusan finansial sering kali dipengaruhi oleh keinginan untuk tampil relevan, diakui, dan diterima dalam lingkungan sosialnya (Wulandari et al., 2025, h.183). Namun, apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai, perilaku hedonisme dapat berdampak negatif terhadap kondisi finansial individu. Pengeluaran yang tidak terkontrol, minimnya perencanaan keuangan, serta rendahnya kesadaran terhadap prioritas kebutuhan berpotensi menimbulkan permasalahan finansial jangka panjang. Oleh karena itu, pemahaman terhadap hedonisme menjadi penting sebagai dasar dalam merancang media edukatif yang mampu meningkatkan kesadaran dan pengendalian diri dalam mengelola keuangan.

2.2.1 Fenomena Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa

Fenomena hedonis di kalangan mahasiswa ini sangatlah berdampak pada masyarakat sebab mahasiswa ini adalah generasi penerus bangsa dan negara. Mahasiswa cenderung mementingkan gaya hidup yang hedonis supaya tidak dianggap ketinggalan zaman. Lalu lebih menghabiskan waktu di luar sebab di zaman sekarang sudah ada banyaknya hiburan yang dapat dikunjungi. Gaya hidup hedonis ini mahasiswa masih menggunakan uang orang tua mereka. (Ariella, et, 2024)



Gambar 2.24 Hedonisme Mahasiswa

<https://kumparan.com/riesta-caezar-wulan-kania/gaya...>

Perkembangan media sosial memperkuat fenomena ini dengan membentuk standar gaya hidup tertentu yang dianggap ideal. Mahasiswa terdorong untuk menampilkan citra diri yang menarik melalui konsumsi dan pengalaman yang dibagikan di media sosial yang berperan besar dalam proses *self-presentation*, di mana individu berusaha membangun identitas sosial melalui apa yang mereka konsumsi dan tampilkan kepada public (Wardani et al., 2023, h.109).

Perubahan tren fashion yang berlangsung dengan cepat dapat menimbulkan ketergantungan pada sebagian masyarakat, sehingga mendorong munculnya perilaku hedonis. Kondisi tersebut memotivasi individu untuk terus memperbarui gaya berpakaian sehari-hari melalui pembelian yang sering kali dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya. Perilaku pembelian tidak terencana atau *impulse buying* ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, khususnya dalam konteks belanja melalui platform *online shop* (Sampurno, 2016, h.257). Fenomena gaya hidup hedonisme pada mahasiswa sering kali dianggap sebagai hal yang wajar dan bagian dari proses eksplorasi diri. Namun, apabila tidak disertai dengan kesadaran finansial, gaya hidup ini berpotensi memengaruhi pola pengeluaran dan stabilitas keuangan mahasiswa dalam jangka panjang (Nasution et al., 2023).

2.2.2 Faktor Gaya Hidup Hedonisme

Faktor dari hedonisme ini dapat dipengaruhi dari beberapa faktor yaitu lingkungan sosial, ekonomi dan psikologis. Lingkungan sosial ini dapat di

pengaruhi dari teman dekat dan juga media sosial yang sedang trending. Faktor ekonomi, tersedianya uang saku hingga sampai pinjaman online yang berdampak buruk untuk kedepannya. Kemudian faktor psikologis memiliki kebutuhan atas pengakuan/validasi dari orang lain, cenderung impulsif dalam mengeluarkan duit. Hal ini mudah sekali untuk dipengaruhi oleh gaya hidup yang hedonis.

Gaya hidup hedonisme dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan sosialnya. Faktor internal seperti kebutuhan emosional untuk merasakan kesenangan, ingin tampil menarik di mata orang lain, dan pencarian kepuasan pribadi dapat mendorong perilaku konsumtif yang bersifat spontan. Dalam konteks ini, dorongan emosional dan motif kesenangan menjadi pendorong utama keputusan konsumsi yang bukan semata didasari alasan rasional (Putra et al., 2025, h.204).

Sementara itu, faktor eksternal juga memainkan peran signifikan dalam membentuk gaya hidup hedonis. Lingkungan sosial dan paparan media digital memberikan pengaruh kuat terhadap pola konsumsi terutama di kalangan generasi muda. Penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan penggunaan media sosial secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif *gen z*, di mana paparan konten visual dan interaksi sosial di platform digital mendorong individu untuk menyesuaikan gaya hidup mereka dengan standar sosial yang terlihat secara daring (Fadillah, et al., 2025, h.3).

Selain itu, kemudahan akses teknologi dan sistem pembayaran digital berkontribusi terhadap perilaku konsumtif yang impulsif. Mudahnya penggunaan aplikasi belanja digital serta fitur yang membuat transaksi cepat dan praktis seringkali menyebabkan keputusan pembelian dilakukan tanpa perencanaan matang. Pola penelusuran dan *browsing* di *platform* seperti *TikTok Shop* juga ditemukan memiliki kaitan kuat dengan perilaku pembelian impulsif, di mana browsing yang bersifat hedonic mendorong konsumen untuk membeli barang tanpa pertimbangan utilitarian (Azzahra et al., 2025, h.177).

2.2.3 Dampak dan Presepsi Hedonisme

Hedonisme ini dapat memberikan dampak yang besar terhadap individu yang perilaku konsumtif hingga dapat berdampak pada masa depan seorang. Dampak dari gaya hidup ini ialah kesulitan dalam mengatur keuangan hingga mengakibatkan mereka dapat terlibat dalam hutang ataupun pinjaman online (pinjol). Gaya hidup hedonisme dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap individu, terutama ketika dikaitkan dengan perilaku konsumtif yang berlebihan. Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif yang dipicu oleh dorongan untuk mengejar kesenangan sesaat sering kali menyebabkan masalah dalam pengelolaan keuangan pribadi, termasuk potensi terjerat utang melalui fasilitas seperti pinjaman online (*paylater*) yang mudah diakses secara digital (Darsono et al., 2025, h.126). Studi menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang didorong oleh gaya hidup hedonisme semakin terlihat di kalangan mahasiswa karena pengaruh gaya hidup sosial digital, yang secara langsung memengaruhi keputusan pembelian tanpa perencanaan matang.

Gaya hidup hedonisme juga dapat memiliki dampak positif terhadap pengalaman sosial. Dorongan untuk memenuhi kebutuhan hiburan dapat menciptakan kepuasan emosional dan pengalaman sosial yang menyenangkan, yang dalam batas tertentu dapat berkontribusi pada kesejahteraan psikologis individu. Namun, ketika perilaku konsumtif dilakukan tanpa kontrol, beberapa penelitian menyatakan bahwa kecenderungan ini dapat menurunkan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka secara efektif, seperti meningkatnya pengeluaran yang tidak terencana, rendahnya tingkat tabungan, serta minimnya perencanaan keuangan jangka panjang (Panu, 2024, h.114).

Persepsi terhadap gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa bersifat beragam. Sebagian mahasiswa memandang hedonisme sebagai bentuk ekspresi diri yang wajar dan bagian dari cara menikmati masa muda, sedangkan yang lain mulai menyadari dampak negatifnya terhadap kondisi finansial dan masa depan mereka, sehingga terdapat kebutuhan akan pendekatan edukatif

yang mendorong keseimbangan antara kesenangan dan tanggung jawab finansial seperti *paylater* dan konsumsi impulsif perlu dikendalikan melalui kesadaran dan literasi keuangan (Darsono et al., 2025).

2.3 Gen z dan Bermain

Gen z yang merupakan generasi yang terbuka pada kemajuan era yang kreatif dan penuh inovasi. Namun di temukan bahwa *Gen z* ini tidak percaya diri, mudah stress dan kekhawatiran akan masa depannya. Kekhawatira ini menyebabkan mereka mudah overthinking. Maka melalui *board game* ini dapat melatih keterampilan dalam mengambil keputusan, mengatur strategi dan kreativitas mereka (Wahyuni et al., 2024). Melalui *Board game* pemain dapat berinteraksi dengan satu sama lain.

2.4 Penelitian yang Relevan

Dalam penelitian yang relevan, penulis menuliskan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya mengenai *board game* dengan topik keuangan. Penelitian ini memiliki peran yang penting dalam pemahaman penelitian sebelumnya dan kebaruannya.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Social Media Advertising, Conformity, and Environment on Hedonist Lifestyle Through Consumptive Behavior	Nikma Yucha & Rif'atul Nurindah	Penelitian ini menemukan bahwa iklan media sosial, konformitas sosial dan lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup hedonis	Penelitian ini tidak hanya melihat hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif secara umum, tetapi secara eksplisit menggabungkan variabel media sosial advertising, konformitas sosial

			melalui perilaku konsumtif fashion pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa paparan konten visual dan strategi promosi di media sosial.	dan lingkungan sebagai faktor yang berkontribusi terhadap gaya hidup hedonis. Dimana memperluas pemahaman hedonisme dan meningkatkan motivasi internal.
2.	Perancangan Media Kampanye Sosial Pengatur Keuangan Harian Mahasiswa UNESA	Resti Fauzi Effendi Dan Hendro Aryanto	Penelitian merancang kampanye sosial dalam meningkatkan kegiatan menabung dan mengumpulkan video dari mahasiswa sebagai post testimoni.	Media dan visual: Menggunakan media yang interaktif dimana ada saving wall board yang dapat ditaruh kost masing masing. Penggunaan visual yang klasik dan retro.
3.	Perancangan Kampanye Sosial "Belajar Kelola Uang"	Putu Mahendra Wijaya, Deddi Duto Hartanto,	Dalam penelitian ini merancang kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran remaja atas mengelola	Media: Menggunakan media interaktif dimana adanya poster interaktif, pembuatan

		Merry Sylvia	keuangan. Kampanye dilakukan secara interaktif dengan adanya permainan yang dilaksanakan di sekolah.	celengan dan games.
--	--	--------------	--	---------------------

Dari penelitian relevan yang telah dibahas diatas terdapat kebaruan yang di temukan dalam penelitian ini. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada mahasiswa dipengaruhi secara signifikan oleh paparan media, lingkungan sosial, serta dorongan konformitas. Konten visual dan strategi promosi yang terus muncul di media sosial terbukti mendorong individu untuk menyesuaikan pola konsumsi demi membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh motivasi emosional dan sosial yang diperkuat oleh lingkungan digital.

Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa penggunaan media kampanye sosial yang bersifat interaktif mampu meningkatkan kesadaran mahasiswa dan remaja dalam mengelola keuangan. Media seperti permainan, aktivitas partisipatif, dan media visual interaktif terbukti lebih efektif dalam menyampaikan pesan edukasi dibandingkan penyampaian informasi secara pasif. Kebaruan dari pendekatan ini terletak pada pemanfaatan media interaktif sebagai sarana persuasi yang melibatkan pengalaman langsung. Namun, media yang digunakan masih terpisah dan belum mengintegrasikan simulasi pengambilan keputusan secara menyeluruh, sehingga membuka peluang bagi pengembangan media berbasis permainan yang lebih komprehensif dalam menyampaikan pesan pengendalian gaya hidup hedonis.