

PERANCANGAN ULANG *BRAND IDENTITY* *BOARD GAME* 'SI ANAK NAKAL'

Kelvin¹, Brian Alvin Hananto²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan

e-mail: kk70064@student.uph.edu¹, brian.hananto@uph.edu²

ABSTRAK

Industri *board game* semakin diminati seiring dengan berkembangnya industri *game* digital. Indonesia tidak luput dari berkembangnya industri ini, dimana mulai banyak bermunculan pengembang *board game* lokal yang menciptakan *board game* yang mengangkat budaya dan kisah lokal. Salah satu *boardgame* lokal Indonesia adalah 'Si Anak Nakal' yang diterbitkan oleh Mahavira Studio. Setelah melakukan pengumpulan data yang disertai dengan analisis masalah, penulis menemukan berbagai permasalahan dalam identitas visual dan karakter maskot dalam *board game* "Si Anak Nakal". *Visual identity* yang kurang kuat dan maskot yang kurang efektif dapat mempengaruhi *brand identity*. Makalah ini fokus membahas mengenai keseluruhan proses perancangan ulang *brand identity*, dimulai dari pengumpulan data, hingga proses eksplorasi desain. Pada akhir makalah, penulis akan menyimpulkan pembahasan dalam makalah ini, disertai dengan rekomendasi untuk rekan penulis yang melakukan perancangan yang serupa.

Kata Kunci: *Board Game*, *Brand Identity*, Maskot

PENDAHULUAN

Visual identity adalah segala bentuk identitas sebuah *brand* yang dapat diidentifikasi secara visual. Sebagai wajah pertama yang dilihat masyarakat, identitas visual yang baik dapat membawa pengaruh yang sangat besar terhadap sebuah *brand*, dan membantu *brand* tersebut supaya dapat lebih dikenal di masyarakat (Abeluhung, 2018). *Brand identity* adalah bagaimana sebuah *brand* dipersepsi oleh masyarakat, melalui pesan yang diselipkan kedalam nama *brand*, logo, *style*, dan visualnya (Edmonds, 2020).

Andi Taru dari *gamelab.id* menyatakan industri *board game* semakin diminati seiring dengan berkembangnya industri *game digital*. Di Indonesia sendiri telah banyak bermunculan *board game* lokal, dengan kualitas yang tidak kalah dengan *board game* internasional. Berbagai pengembang *board game* seperti Mahavira Studio, Hompimpa Games, Kummara Studio, dan masih banyak lagi, menciptakan karya-karya *board game* bernilai positif, dan bahkan mengangkat budaya dan kisah-kisah lokal.

'Si Anak Nakal' merupakan sebuah *microgame* terbitan Mahavira Studio, yang menceritakan para kancil yang berkomplot dengan kambing untuk membobol brankas. Dalam dongeng-dongeng tradisional Indonesia, kancil dikenal sebagai hewan yang sering memanfaatkan kecerdikannya untuk mencuri timun. Namun, permainan ini menggambarkan kancil yang tidak puas dengan timun, sehingga mengincar brankas sebagai targetnya. Di tengah aksi pencurian, kambing menyadari kesalahan dari perbuatan mereka, dan berusaha untuk menggagalkan pencurian tersebut (Belladino, 2019). Dalam review boardgame 'Si Anak Nakal' di

boardgame.id, Vicky Belladino menyebutkan sistem permainan yang sederhana, dengan jumlah komponen permainan yang sedikit menjadikan 'Si Anak Nakal' permainan yang cocok sebagai *gateway* ke dalam dunia *board game*. *Board game* ini juga memiliki pemilihan *art style* yang menarik perhatian. Setelah melakukan analisis dan mendapatkan data dari wawancara bersama dengan Hafidh Muhammad, *game designer* dari 'Si Anak Nakal', dapat disimpulkan adanya beberapa permasalahan ketika komponen-komponen permainan ini dibandingkan satu sama lain. Identitas visual antara kemasan, komponen permainan, serta media promosi tidak memiliki kesatuan.



Gambar 1. Perbedaan Palet Warna antara Komponen Permainan (kiri) dan Media Promosi (kanan). Sumber: Dokumentasi Mahavira Studio, 2020



Gambar 2. Perbedaan Art Style antara Kemasan (kiri), Rulebook (tengah), dan Komponen Permainan (kanan). Sumber: Dokumentasi Mahavira Studio, 2020

Pada kemasan *board game*, tidak ada kesatuan *art style* antara karakter dan *background*. *Color palette* yang digunakan pada komponen *board game*, berbeda dengan media promosi di sosial media. Komponen *board game* menggunakan kombinasi warna merah, biru, dan kuning, sedangkan media promosi di sosial media menggunakan kombinasi warna ungu dan jingga. Warna hitam, putih, dan hijau juga muncul pada pion pemain. *Style* ilustrasi yang digunakan juga berbeda-beda di *board game* 'Si Anak Nakal'. Ilustrasi pada kemasan dan tutorial permainan, berbeda dengan ilustrasi pada kartu permainan dan media promosi.



Gambar 3. Desain karakter Kancil dan Kambing (kiri) dan Analisa Bentuk Dasarnya Siluetnya (kanan). Sumber: Dokumentasi Kelvin, 2020

Kedua karakter dalam *board game* ini, Kancil dan Kambing, berfungsi sebagai maskot yang membantu menyampaikan cerita yang menarik, dapat ditemukan dalam setiap komponen permainan, dan digunakan untuk mempromosikan si anak nakal di sosial media. Maskot adalah karakter yang merupakan personifikasi dari sebuah *brand*, yang berfungsi sebagai media komunikasi nilai perusahaan kepada *customer*. Kelebihan maskot dibandingkan dengan logo adalah fleksibilitasnya yang lebih tinggi dan dapat menjadi daya tarik di berbagai aplikasi seperti stiker, *totebag*, media promosi, kampanye, dan masih banyak lagi (Simon, 2016). Sebuah studi oleh Synthesio menyebutkan bahwa maskot berkontribusi tinggi dalam meningkatkan *engagement* dalam sosial media, bahkan melebihi *celebrity endorser* (Enrico, 2017). Walaupun karakteristik dari kedua maskot ini telah disampaikan secara tertulis di media sosial Mahavira Studio, desain karakter mereka memiliki siluet yang kurang jelas, bentuk yang beragam, dan kurang menggambarkan sifat mereka. Solusi dari masalah ini adalah dengan menentukan bentuk dasar utama untuk memperkuat karakteristik dan siluet kedua maskot ini. "A good brand sticks in customers' minds." (Mark, 2018). *Brand identity* yang kuat akan membantu *customer* dalam mengingat suatu *brand*. Oleh karena itu, ketidaksatuan identitas visual dalam *branding* 'Si Anak Nakal' dapat mempengaruhi pandangan *customer* terhadap *brand board game* tersebut. Berdasarkan pemaparan sebelumnya, penulis akan mengembangkan *brand identity* dari *board game* 'Si Anak Nakal', dengan cara memperbaiki kesatuan identitas visual dan mengembangkan maskot kancil dan kambing. Identitas visual yang kuat, bersama dengan maskot yang efektif, akan membantu penyampaian *brand message* yang lebih efektif.

KAJIAN TEORI

Dalam buku '*Designing Brand Identity*', Alina Wheeler menjelaskan bahwa *brand identity* adalah ekspresi sebuah *brand* secara verbal maupun visual. Sebuah identitas dapat mendukung, mengekspresikan, mengkomunikasikan, dan memvisualisasikan sebuah *brand*. *Brand identity* mencakup berbagai macam aplikasi, baik dari *business card* hingga *website*, maupun *advertising campaign* hingga *signage*, yang meningkatkan *awareness* masyarakat dan membangun bisnis *brand* tersebut.

Brand identity dengan sistem yang baik adalah identitas yang *memorable*, bermakna, unik, dan fleksibel. Apabila disusun dengan baik, *brand identity* dapat menjadi arti dari suatu *brand*. Dalam membangun *brand identity* yang baik diperlukan identitas visual yang mudah diingat dan dapat dikenali dengan cepat. Visual adalah indra yang menyampaikan paling banyak informasi di dunia ini. Melalui repetisi dalam identitas *brand*, sebuah *brand* dapat melekat dalam pikiran orang (Wheeler, 2009).

Karakter maskot dalam suatu *branding* memiliki potensi yang kuat untuk mendorong pengenalan sebuah *brand* (Caufield, 2012). Sebuah maskot dapat berupa karakter fiksi, seperti manusia, hewan, maupun karakter kartun. Maskot adalah representasi dari sebuah *brand*, dan membangun sebuah identitas, serta membantu mengekspresikan sifat sebuah *brand* (Sagarika Mohanty, 2014). Karakter maskot yang baik memiliki warna yang simbolis, nama dengan konotasi positif, penampilan yang menarik dan dapat menyampaikan pesan tertentu kepada *customer*. Setiap *detail* perlu diperhatikan dalam mendesain karakter *brand* yang efektif, dimulai dari sikap, skema warna, bentuk tubuh, hingga kekuatan spesial dan aksen yang dimiliki (Caufield, 2012). Karakter maskot dapat berperan

sebagai basis identitas visual yang efektif, dimana sebuah karakter maskot dapat diimplementasikan ke dalam berbagai medium secara fleksibel. Fleksibilitas ini juga dikarenakan karakter maskot yang memiliki berbagai variasi ekspresi wajah dan postur. (Kelvin & Hananto, 2020)

Siluet adalah hal penting lainnya yang perlu diperhatikan dalam mendesain karakter. Siluet adalah bentuk keseluruhan karakter yang diisi dengan warna hitam. Siluet yang baik akan membantu orang mengenal sebuah karakter (Tillman, 2011). Dalam buku *'The Character Designer'*, Randy Bishop menyebutkan bahwa dalam mendesain karakter, tujuan utama yang perlu dicapai adalah mengkomunikasikan fungsi dari karakter tersebut. Salah satu cara untuk mengkomunikasikan arti adalah dengan menggunakan bentuk. Bentuk yang berbeda dapat menimbulkan rasa dan arti yang berbeda. Ada tiga bentuk primer, yaitu:

1. Lingkaran: Bentuk lingkaran memiliki arti kedamaian, kebaikan, kelembutan, keamanan, dan sering dikaitkan dengan feminitas. Bentuk ini juga dapat merepresentasikan kekosongan, kesepian, sihir, dan misteri.
2. Kotak: Bentuk kotak merepresentasikan fisikalitas, kestabilan, kepercayaan, disiplin, kekuatan, dan maskulinitas. Selain itu, bentuk ini juga melambangkan kebosanan, kekakuan, dan kebodohan.
3. Segitiga: Bentuk segitiga tidak menunjukkan feminitas maupun maskulinitas. Bentuk ini merepresentasikan gerakan, ketajaman, kelincahan. Semakin tajam sudut segitiganya, semakin kuat efek yang ditimbulkan. Bentuk segitiga dapat menimbulkan kesan bahaya dan ketidakstabilan.

METODOLOGI



Gambar 4. Tahapan Proses Perancangan Penulis. Sumber: Landa, 2011

Metodologi desain yang penulis gunakan adalah metode dari Robin Landa yang disebut dengan *'5 Phases of the Graphic Design Process'*, yang terdiri dari *orientation, analysis, conceptual design, design development, implementation*. Tahap *orientation* dimulai dengan proses mengenali dan menentukan entitas, yaitu board game terbitan Mahavira Studio 'Si Anak Nakal'. Kemudian penulis mengumpulkan teori dan data-data dari berbagai sumber, dimana salah satunya adalah wawancara dengan *game designer* dari 'Si Anak Nakal', Hafidh Muhammad. Tahap *analysis* dimulai dengan proses menganalisis data, menentukan permasalahan yang ada, dan menyusun *creative brief* berdasarkan hasil analisis tersebut. Tahap *conceptual design* dimulai dengan mengumpulkan referensi dan membangun konsep berdasarkan *creative brief*. Pada tahap *design development*, penulis mulai melakukan eksplorasi desain. Penulis melakukan eksplorasi terhadap dua desain yang mengusung *keyword* yang berbeda. Setelah menentukan pilihan desain yang akan dilanjutkan, penulis mengerjakan desain dari sketsa hingga hasil akhir. Tahap terakhir adalah *implementation*, dimana penulis akan melaksanakan eksekusi desain dalam bentuk cetak maupun *mockup*.

PEMBAHA

SAN

Pembahasan Data

Dalam *board game* 'Si Anak Nakal', terdapat dua hewan yang berperan sebagai karakter utama. Dua karakter dengan sifat yang berbeda ini adalah Kancil dan Kambing. Instagram Mahavira Studio mendeskripsikan Kancil digambarkan sebagai karakter yang serakah, pecinta harta, oportunistis, dan cerdas. Kancil tidak puas mencuri timun, dan ingin mencari sesuatu yang lebih berharga. Dia ingin mempunyai banyak barang mewah dan makan mewah. Kancil suka memanfaatkan keadaan demi keuntungan dia sendiri. Sebaliknya, karakter Kambing dideskripsikan sebagai karakter yang tenang, santai, dan push over. Kambing mudah dipengaruhi orang lain, dan mengikuti apa yang dilakukan orang lain. Karakter kambing juga merupakan maskot dari Mahavira Studio, yang merupakan representasi dari umat awam dalam dunia *board game*, dan diharapkan dapat digembalakan supaya lebih menikmati *board game*.

Dalam hasil wawancara dengan Hafidh Muhammad, beliau mengatakan bahwa visual dari board game ini terinspirasi dari adegan-adegan di film ber-genre *Heist*, seperti 'Ocean Eleven' dan 'Detective Conan', serta 'James Bond'. *Style visual* yang *flat* dipilih selain karena inspirasi visual dari poster-poster film yang disebut sebelumnya, namun juga karena adanya keterbatasan waktu pengerjaan. Warna biru dan merah dipilih sebagai warna utama dalam *board game* ini, karena kedua warna tersebut identik dengan kepolisian, dan menunjukkan dua sisi yang berbeda.



Gambar 5. Kartu main dalam board game 'Si Anak Nakal'. Sumber: Dokumentasi Kelvin, 2020

Kartu main dalam *board game* ini juga didesain oleh *game designer* dengan penuh pertimbangan. Setiap kartu main memiliki warna dan elemen bentuk yang khas untuk membantu identifikasi kartu selama permainan. Kartu 'buka brankas' menggunakan warna biru untuk keseluruhan kartu, dan memiliki bentuk utama lingkaran yang menunjukkan sifat fleksibel Kambing. Kartu 'emas batang' menggunakan warna merah dengan aksentuasi warna kuning, dan memiliki bentuk utama segitiga yang menunjukkan sifat yang terfokus dalam tindakan Kancil. Kartu 'karung uang' memiliki warna merah untuk keseluruhan kartu. Kartu 'bongkah permata' memiliki warna merah dengan aksentuasi warna biru. Kartu 'bunyi alarm' menggunakan warna biru dengan aksentuasi warna merah. Berbeda dengan kartu permainan pada umumnya, icon dan angka dalam kartu ini diletakkan di bagian tengah kartu, bukan pojok kartu. Pak Hafidh mengatakan bahwa keputusan ini diambil karena dalam permainan 'Si Anak Nakal', pemain hanya memainkan satu kartu di tangan. Peletakkan *icon* dan angka di tengah juga mempermudah orang mengidentifikasi kartu ketika kartu diletakkan di tengah permainan.

Setelah melakukan wawancara dengan *game designer*, penulis menyusun *creative brief* yang akan menjadi panduan dalam proyek desain ulang *board game* ini. 'Si Anak Nakal' adalah sebuah *board game casual* yang bertujuan mengajarkan pemain

bagaimana cara menjadi seorang *opportunist*. *Target audience* dari 'Si Anak Nakal' adalah orang-orang *first-jobber*, sekitar 24-34 tahun, masih berusaha meniti karir. 'Si Anak Nakal' dirancang dengan *gameplay* yang simpel dan komponen yang sedikit supaya menekan *production cost*, dan dapat dijual dengan harga yang lebih murah. Mahavira Studio ingin memosisikan *board game* ini sebagai *board game casual* yang *affordable*, dan dapat dimainkan oleh banyak orang.

Berdasarkan data yang didapat dari hasil wawancara dengan *game designer*, dapat disimpulkan juga bahwa ada masalah visual dalam *board game* ini. Permasalahan visual yang ditemukan adalah perbedaan identitas visual antara *board game* dengan media promosi, perbedaan *art style* antara kemasan dengan komponen *board game*, pengolahan logo yang kurang matang, siluet maskot yang kurang jelas, dan konten *rulebook* yang tidak lengkap. Bryan Tillman dalam bukunya yang berjudul '*Creative Character Design*', menyebutkan bahwa desain karakter yang baik adalah desain karakter yang dapat dikenali dari siluetnya. Desain karakter Kancil dan Kambing tidak memiliki siluet yang jelas dan kurang menggambarkan sifat mereka. Desain karakter Kancil dan Kambing tersusun dari banyak bentuk yang berbeda-beda, sehingga sulit untuk menangkap pesan yang ingin disampaikan dari karakter tersebut. Solusi dari masalah ini adalah dengan memilih satu bentuk dasar sebagai elemen utama, dan bentuk lainnya sebagai elemen pendukung, seperti bentuk utama segitiga pada Kancil untuk memperkuat sifat liciknya, dan bentuk utama lingkaran pada Kambing untuk memperkuat sifatnya yang tenang dan ragu-ragu.

EKSPLORASI DESAIN

Pada eksplorasi desain, penulis mengangkat 2 kelompok *keyword* yang berbeda yang diterapkan ke dalam dua macam desain yang berbeda. Kedua kelompok *keyword* ini kemudian diterapkan kepada logo, desain karakter maskot, dan komponen permainan. Kelompok *keyword* pertama adalah: *fun, casual, heist, suspense, sneaky*, sedangkan kelompok *keyword* kedua adalah: *fun, casual, action, panic, fast*.

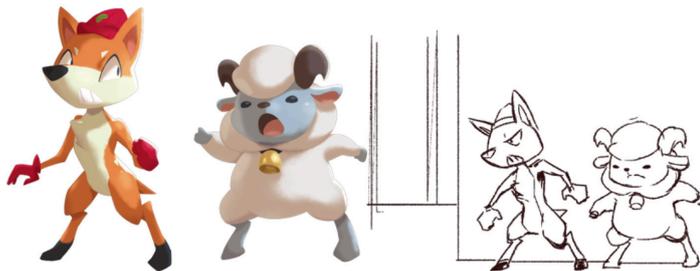


Gambar 6. Eksplorasi Desain Karakter Kancil dan Kambing.
Sumber: Dokumentasi Kelvin, 2020

Permasalahan yang ditemukan dalam maskot *board game* 'Si Anak Nakal' adalah siluet yang kurang jelas, dan konstruksi bentuk maskot yang terdiri dari berbagai macam bentuk sehingga kurang menunjukkan karakteristik mereka. Oleh karena itu, dalam eksplorasi maskot, penulis melakukan eksplorasi terhadap bentuk

karakter dan siluetnya. Bentuk utama segitiga diterapkan dalam eksplorasi desain karakter Kancil untuk memperkuat sifatnya yang licik, cerdas dan lincah. Di sisi lain, dalam eksplorasi desain karakter Kambing, penulis menggunakan bentuk lingkaran sebagai bentuk utama, untuk memperkuat sifat kambing yang *easy-going*, dan mudah bimbang.

Pada eksplorasi pertama, penulis menggunakan keyword: *fun, casual, heist, suspense, dan sneaky*. Keyword ini menekankan elemen pencurian dalam permainan 'Si Anak Nakal', dimana Kancil dan Kambing menyelipkan secara diam-diam ke dalam Timun Saving, dan berusaha mencuri tanpa ketahuan.



Gambar 7. Desain Kancil dan Kambing pada Eksplorasi Pertama (Kiri); Sketsa Kancil dan Kambing dalam Aksi Penyelipan Mereka (Kanan).
Sumber: Dokumentasi Kelvin, 2020

Desain karakter maskot pada eksplorasi pertama memiliki desain dan bentuk tubuh yang lebih kompleks, namun tetap mempertahankan bentuk utama segitiga pada desain karakter Kancil dan lingkaran pada desain karakter Kambing. Bentuk segitiga pada Kancil diterapkan tidak hanya dalam bentuk tubuh, namun juga mata, mulut dan hidung, sama halnya dengan desain Kambing. Bentuk tubuh yang lebih kompleks ini ditujukan supaya ekspresi muka dan tubuh, baik rasa tegang maupun takut, dapat tersampaikan lebih jelas dalam situasi perampokan bank. *Style render* yang digunakan dalam eksplorasi pertama menggunakan *style render* 3D, dengan menggunakan *soft brush* untuk lebih menampilkan dimensi dalam ilustrasi karakter.



Gambar 8. Desain logo "Si Anak Nakal" pada Eksplorasi Pertama dengan Dua Pendekatan *Style render*. Sumber: Dokumentasi Kelvin, 2020

Desain logo yang menggambarkan keyword ini memiliki huruf-huruf yang tersusun lebih terstruktur dan rapat, namun masih memiliki bentuk yang tidak beraturan. Hal ini menunjukkan permainan yang menceritakan aksi diam-diam, dan emosi yang tidak stabil karena rasa gugup supaya tidak ketahuan. *Negative space* pada

huruf A dimodifikasi menjadi bentuk permata, yang merupakan salah satu objek pencurian dalam permainan. Pada salah satu huruf A juga terdapat mata karakter Kancil yang sedang bersembunyi, menatap salah satu permata.

Terdapat dua pendekatan *render* yang dilakukan penulis terhadap logo dengan kelompok *keyword* pertama. Logo pertama menggunakan *style render* yang menyerupai *style render* ilustrasi maskot. Logo kedua menggunakan *style render* menyerupai sketsa pensil, yang terinspirasi dari *blueprint* bangunan yang digunakan oleh perampok bank sebagai peta yang membantu tindakan pencurian mereka.

Eksplorasi kedua menggunakan *keyword: fun, casual, action, panic, dan fast*. *Keyword* ini menggambarkan situasi pencurian ketika Kancil dan Kambing ketahuan dalam aksi mereka, dan mereka harus bergerak cepat untuk kabur dari lokasi.



Gambar 9. Desain Kancil dan Kambing pada Eksplorasi Kedua (Kiri); Sketsa Kancil dan Kambing yang Sedang Panik Ketahuan dalam Aksi Pencurian Mereka (Kanan).
Sumber: Dokumentasi Kelvin, 2020

Desain karakter maskot pada eksplorasi kedua memiliki desain yang lebih sederhana dan lebih *stylized* dibandingkan eksplorasi pertama. Pada eksplorasi ini, penulis memperkuat bentuk segitiga pada Kancil dan lingkaran pada Kambing, yang dapat terlihat jelas dalam siluet mereka. Pemilihan *style* ini ditujukan untuk mendukung *keyword* yang bersifat lebih dinamis. Desain yang lebih sederhana akan membantu memperjelas siluet pergerakan dan pose maskot yang sedang panik berlari, serta menjadikan ilustrasi lebih ekspresif. *Style render* yang digunakan dalam eksplorasi kedua adalah *style* komik, dengan menggunakan *cell-shading*, dan garis *outline* tebal. Pemilihan warna pada ilustrasi juga menggunakan warna yang lebih kuat, untuk memperkuat *style* komik yang dituju.



Gambar 10. Desain logo 'Si Anak Nakal' pada Alternatif Kedua.
Sumber: Dokumentasi Kelvin, 2020

Desain logo pada eksplorasi ini tersusun dari huruf-huruf yang lebih tersebar dan

lebih berantakan apabila dibandingkan dengan logo pada eksplorasi pertama. Hal ini menunjukkan sifat permainan yang lebih dinamis dan *fast-paced*. Huruf L pada 'nakal' juga dimodifikasi menyerupai bentuk tangan karakter Kancil, yang mencuri permata. Garis-garis pada bagian bawah tiap huruf, selain menyesuaikan *style* ilustrasi maskot, juga menunjukkan sifat permainan yang dinamis. *Style render* pada logo ini menggunakan *style* yang menyerupai *style render* maskot, yaitu *style* komik.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Simpulan

Industri *board game* di Indonesia sedang berkembang cukup pesat, dimana banyak pengembang *board game* lokal yang menciptakan *board game* yang mengangkat budaya dan kisah lokal. Supaya pesan dalam *board game* dapat tersampaikan dengan efektif, diperlukan *brand identity* yang kuat dari *board game* yang bersangkutan. Setelah melewati berbagai proses, dimulai dari pengumpulan data, analisis data, hingga eksplorasi desain, penulis menghasilkan dua alternatif desain. Bentuk logo yang menyesuaikan dengan *keyword* permainan, dan pengolahan yang juga disesuaikan dengan *art style* ilustrasi pada maskot dan komponen permainan lainnya, membentuk sebuah *visual identity* yang kuat. Desain karakter maskot yang terbangun dari bentuk dasar yang kuat dan memiliki siluet yang jelas akan membantu *audience* mengenali dan memiliki gambaran terhadap karakteristik yang dimiliki karakter maskot. *Visual identity* yang kuat dan desain maskot yang efektif akan membangun *brand identity* yang baik. Eksplorasi desain ini masih belum mencapai hasil akhir, dan masih akan terus dilanjutkan dalam rangka membangun *brand identity* yang lebih baik.

Rekomendasi

Dalam membangun *brand identity* yang kuat, dibutuhkan keselarasan dalam identitas visual. Kepada rekan yang menjalankan proyek yang serupa, penulis merekomendasikan metodologi yang digunakan pada proyek ini, yang dimulai dengan penentuan entitas, diikuti dengan pengumpulan data yang kemudian di analisis untuk menghasilkan *creative brief*, dan melakukan eksplorasi desain berdasarkan dengan *creative brief* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Abeluhung, V. (2018). *Visual Identity vs Brand Identity* | BINUS UNIVERSITY MALANG | *Pilihan Universitas Terbaik di Malang*. Retrieved 8 September 2020, from <https://binus.ac.id/malang/2018/12/visual-identity-vs-brand-identity/>

Belladino, V. (2019). *Si Anak Nakal : Ingat Azab Sebelum Maksiat!* [Review]. Retrieved 6 September 2020, from <https://boardgame.id/si-anak-nakal-review/>

Caufield, K. (2012). *Analyzing the effects of brand mascots on social media: Johnson City Power Board case study*. Undergraduate Honor Theses, 40.

Cass, J. (2009). What makes a good logo? | JUST™ Creative. Retrieved 10 October 2020, from <https://justcreative.com/2009/07/27/what-makes-a-good-logo/>
Character design in branding: How mascots can help your brand stand out. (2016). Retrieved 7 September 2020, from <https://wearemarvellous.com/character->

mascot-design-branding/

Edmonds, S. (2020). *What is Brand Identity Design? — ROUNDHOUSE™ The Creative Agency*. Retrieved 7 September 2020, from <https://roundhouse.cc/us/branding>

Enrico, R. (2017). *How a Brand Mascot Can Make Your Business More Personable*. Retrieved 7 September 2020, from <https://medium.com/@rick.enrico/how-a-brand-mascot-can-make-your-business-more-personable-24320364a635>

Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions* (4th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning.

Sagarika Mohanty, S. (2014). *Growing Importance of Mascot & their Impact on Brand Awareness – A Study of Young Adults in Bhubaneswar City*. *IJCEM International Journal Of Computational Engineering & Management*, 17(6).

Prinsip Prinsip Dasar Desain Grafis. (2020). Retrieved 4 October 2020, from <https://www.identips.com/prinsip-prinsip-dasar-desain-grafis/>

Kelvin, dan Hananto, B.A. (2020). Penggunaan Desain Karakter sebagai Basis Identitas Visual sebuah Brand. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 3.

Taru, A. (2018). *Industri Board Game Dunia Semakin Menggeliat, Kesempatan Bagi Pengembang Board Game Indonesia | Berita | Game Lab Indonesia*. Retrieved 12 September 2020, from <https://www.gamelab.id/news/14-industri-board-game-dunia-semakin-menggeliat-kesempatan-bagi-pengembang-board-game-indonesia>

Tillman, B. (2011). *Creative character design*(p.75-76). Waltham: Focal Press.

Vaesen, M. (2020). *What is Brand Identity and why is it important to my business?* | Tomango | Web Design Sussex. Retrieved 8 September 2018, from <https://www.tomango.co.uk/thinks/brand-identity-important-business/>

Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity*(p.4). Hoboken, N.J.: John Wiley.

21 Draw. (2019). *The Character Designer* (p.2-6). Sweden.