

Analisis Kebutuhan Perancangan Identitas Visual pada *Board Game* ‘Antapura: Poerwakala’

Lorentius Calvin

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pelita Harapan
LC80011@student.uph.edu

Brian Alvin Hananto

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pelita Harapan
brian.hananto@uph.edu

Chandra Djoko Zuki

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pelita Harapan
chandra.djoko@uph.edu

ABSTRAK

‘Antapura: Poerwakala’ merupakan *board game* berbasis *Intellectual Property* ‘Antapura’ yang membawa keunikan sosial budaya Indonesia sebagai tema utamanya. *Board game* yang ditujukan sebagai *brand touchpoint* dari *Intellectual Property* tersebut memiliki mekanisme yang dirancang oleh penulis dan telah melewati serangkaian uji coba iteratif, sehingga permainan ini dapat dimainkan dengan baik. Namun, *board game* tersebut belum dapat diluncurkan terkait kendala ketidakhadiran identitas visual yang jelas dan belum mewakili *Intellectual Property* yang bersangkutan pada seluruh komponen permainannya. Isu ini menjadi penghambat obyektif dimana *board game* ini sepatutnya dapat menjadi medium pengenalan awal ‘Antapura’ bagi audiensnya. Melihat masalah ini, penulis berkesempatan untuk memberikan solusi desain perancangan identitas visual guna memberikan visual pada *board game* yang dapat mewakili dunia *Intellectual Property* yang diangkat serta membuat pengalaman permainan menjadi lebih interaktif. Kebutuhan ini memerlukan validasi berupa analisis relevansi, urgensi, dan signifikansi dari solusi desain yang ditawarkan. Analisis dilakukan dengan menggunakan pemahaman identitas visual dan hubungannya dengan aspek fundamental pada perancangan *board game*. Hasil pembahasan dari studi kontekstual ini kemudian digunakan sebagai landasan identifikasi masalah untuk perancangan dan implementasi pada tahap berikutnya.

Kata Kunci: Desain Komunikasi Visual, Desain Grafis, Identitas Visual, *Board Game*, Antapura:Poerwakala

PENDAHULUAN

Identitas merupakan suatu karakteristik yang membedakan antara suatu subyek dengan subyek lainnya (Merriam-Webster). Suatu perancangan identitas diperlukan pada bidang produk dan jasa ketika terdapat perbedaan yang minim antara dua produk menawarkan hal yang serupa (Airey, 2019). Masyarakat akan lebih mudah mengingat identitas dibanding produknya ketika entitas tersebut memiliki *brand identity* yang kuat (Airey, 2010). *Brand identity* merupakan persepsi yang dibentuk oleh audiens terhadap suatu *brand*, yang dapat dicapai melalui perpaduan pesan yang disampaikan, produk, dan visual yang ditampilkan (Adams,

Morioka, & Stone, 2004). Dalam hal ini, keberadaan identitas visual menjadi esensial dalam memberikan persepsi tersebut terhadap suatu *brand*. Menurut Wheeler (2018), adanya identitas visual yang mudah dikenali dan diingat dapat membantu masyarakat untuk peka terhadap suatu *brand*. Hal ini dapat didukung dengan menggunakan *brand touchpoints* yang tepat sebagai medium interaksi audiens dengan *brand* yang bersangkutan (Landa, 2011).

Board game adalah suatu permainan yang dimainkan dengan rangkain komponen permainan pada papan dengan aturan-aturan tertentu (Gobet, Voogt, & Retschitzki, 2004). Diantara banyak jenis *board game* yang berada di pasaran, seperti *board game* edukasi, trivia, ataupun hiburan, *IP-based board game* menjadi salah satu jenis *board game* yang sedang berkembang (T., 2021; Adkins, 2018). Permainan dengan *Intellectual Property* (IP) sebagai tema atau mekanisme utamanya ini dapat berperan positif, baik dalam penjualan *board game* tersebut maupun pengenalan IP yang diangkat (Adkins, 2018).

'Antapura: Poerwakala' merupakan salah satu *IP-based board game* dengan mekanisme yang telah dirancang oleh penulis pada pertengahan tahun 2021 lalu. *Board game* ini ditujukan sebagai *brand touchpoint* dari IP 'Antapura' untuk mengenalkan dunia dari IP yang dibawa. Meskipun mekanisme permainan dari *board game* telah diuji secara iteratif dan dapat dimainkan dengan baik, permainan ini belum dapat diproduksi dan digunakan sebagai medium pengenalan IP yang telah direncanakan. Hal ini terjadi karena belum hadirnya visual, seperti logo dan ilustrasi karakter, yang konkrit dan dapat merepresentasikan dunia IP yang diangkat pada seluruh komponen permainan.

Menurut Slack & Stegmaier (2017), selain berguna dalam menarik perhatian audiens, visual yang konsisten dengan tema dan permainan yang diangkat juga dapat mendorong pengalaman bermain bagi penggunaannya. Hadirnya presentasi visual yang jelas pada suatu *board game* dapat menarik perhatian konsumen dalam memilih *board game* yang mereka inginkan (Selinker et al, 2011). Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan, penulis melihat bahwa isu pada aspek formal ini dapat diselesaikan dengan solusi perancangan identitas visual. Namun, kebutuhan akan hal tersebut tetap memerlukan studi dan analisis kontekstual guna memvalidasi solusi desain yang ditawarkan. Dengan dilakukannya analisis terhadap aspek relevansi, urgensi, dan signifikansi dari kebutuhan ini, penulis berharap solusi desain yang ditawarkan pada *board game* 'Antapura: Poerwakala' dapat menjadi absah untuk dilakukan.

KAJIAN TEORI

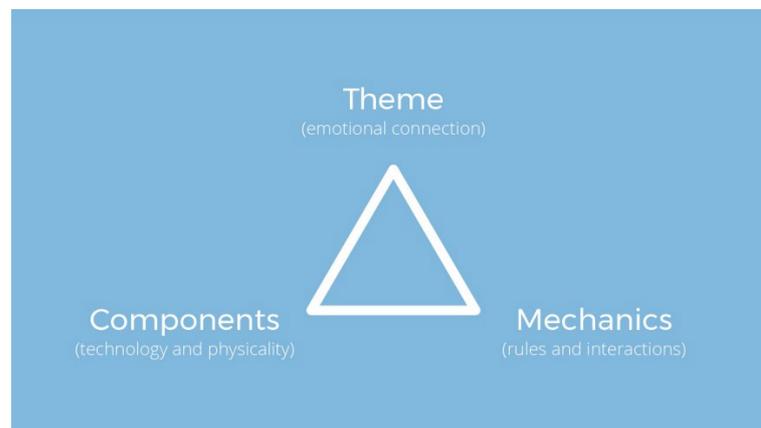
Identitas Visual

Identitas visual merupakan artikulasi suatu *brand* secara visual dan verbal, termasuk semua aplikasi desain yang bersangkutan (Landa, 2011). Dalam perancangan identitas visual, logo menjadi hal dasar yang dapat mengidentifikasi suatu entitas. Masyarakat harus dapat mengenal dan mengetahui suatu *brand* ketika logo dari *brand* tersebut diperlihatkan. Menurut Wheeler (2018), adanya identitas visual yang mudah dikenali dan diingat dapat membantu masyarakat peka terhadap suatu *brand*. Suatu identitas visual yang terdiri atas logo, warna, dan tipografi idealnya dapat memiliki elemen yang mudah dikenali, memikat, dan

unik agar menjadi distingtif dari kompetitornya. Selain itu, identitas visual yang baik juga dapat relevan untuk jangka panjang dan konsisten serta koheren ketika digunakan pada perpanjangan *brand* lainnya (Landa, 2011).

Board Game

Board game merupakan permainan yang dimainkan dengan aturan jumlah, posisi, dan pergerakan komponen diatas suatu papan (Gobet, Voogt, & Retschitzki, 2004). Menurut Beltrami (2020), *board game* secara umum terstruktur atas tiga aspek fundamental, yaitu mekanisme, tema, dan komponen. Mekanisme berbicara mengenai peraturan dan sistem yang diatur dengan tema untuk memberikan kesan dan pesan tertentu. Kedua hal tersebut dapat memberikan relasi emosional dengan pemainnya melalui perwujudan fisik berupa komponen permainan (Beltrami, 2020). Ketiga aspek ini saling terhubung dan perlu dijaga guna memberikan pengalaman bermain yang menyenangkan (Beltrami, 2020).



Gambar 1 Fundamental Perancangan Board Game
(Sumber: Beltrami, 2020)

METODOLOGI

Proses analisis terhadap kebutuhan perancangan identitas visual pada *board game* 'Antapura: Poerwakala' dilakukan dengan pendekatan kualitatif dalam 2 tahapan. Tahapan pertama merupakan studi pustaka yang dilakukan dengan menemukan data-data yang ditemukan pada literatur daring, seperti buku, jurnal, dan artikel. Tahapan ini dilakukan guna menemukan data entitas dan kerangka teori identitas visual dan *board game* yang relevan dengan studi kasus yang dibahas. Teori dan data entitas yang terkumpul kemudian digunakan sebagai landasan pemahaman untuk tahap selanjutnya, yaitu analisis data. Pada tahapan ini penulis melakukan analisis terhadap data entitas dan kajian teori yang telah terkumpul. Analisis kontekstual dilakukan terhadap relevansi, urgensi, dan signifikansi dari solusi desain yang ditawarkan. Hasil dari analisis kemudian disimpulkan dan dijadikan sebagai pemenuhan aspek identifikasi masalah untuk tahap perancangan identitas visual berikutnya.

PEMBAHASAN

Analisis Data Entitas

'Antapura: Poerwakala' merupakan *board game* berbasis IP dengan genre fiksi-fantasi yang ditujukan bagi audiens berusia 20-30 tahun. Permainan dirancang

sebagai medium pengenalan untuk mereka yang tertarik pada dunia permainan dan bersikap terbuka terhadap suatu budaya. Target audiens ini ditentukan serupa dengan target audiens yang dituju IP agar subyek dapat mengetahui dan mengenal lebih awal dunia dan kerajaan yang dibawa IP. *Board game* ini berlatar cerita awal mula perkembangan dunia IP 'Antapura' guna mengenalkan keenam kerajaan yang ada. Permainan yang dapat dimainkan 2 hingga 6 pemain ini mendorong pemain untuk berperan sebagai perwakilan dari salah satu kerajaan dan 12 karakter yang tersedia untuk memimpin eksplorasi yang dilakukan. Obyektif dari permainan dengan durasi 15-30 menit per pemain ini adalah dimana para pemain harus berkompetisi dengan pemain lainnya dalam menandai wilayah baru sebagai perluasan masing-masing kerajaan.



Gambar 2 Komponen Uji Coba Mekanisme *Board Game* 'Antapura: Poerwakala' (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Relevansi Kebutuhan Desain

Menurut Slack & Stegmaier (2017), keunikan dibanding kompetitor *board game* lainnya menjadi suatu hal yang esensial untuk dimiliki suatu *board game*. Hal ini dapat membuat permainan menjadi berbeda dan mudah diingat oleh para audiensnya. Kebutuhan akan hal ini ditemukan pada *board game* 'Antapura: Poerwakala', dimana secara visual, permainan belum memiliki identitas yang jelas dan visual yang unik serta mampu mewakili dunia IP yang dibawa.

Identitas dari suatu *board game* dapat diidentifikasi dengan identitas visual berupa logo, warna, tipografi, dan ikonografi. Menurut Engelstein (2021), pemilihan warna dan tipografi yang tepat dapat memberikan suasana yang sesuai dalam permainan. Hal ini selaras dengan pemahaman identitas visual dimana elemen-elemen grafis tersebut dapat membantu menunjukkan kesan dan karakteristik entitas yang dibawa (Wheeler, 2018). Dengan demikian, perancangan identitas visual terhadap permainan ini dapat menjadi relevan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Urgensi Kebutuhan Desain

Pembahasan mengenai urgensi kebutuhan desain mencakup analisis mengenai kepentingan dilakukannya solusi desain dalam waktu yang singkat. Dalam perancangan *board game* 'Antapura: Poerwakala', perancangan visual pada komponen diperlukan dalam menyuplemen dua aspek fundamental lainnya, tema dan mekanisme permainan. Suatu permainan dapat dikatakan memiliki interaksi

yang baik dengan pemainnya ketika ketiga aspek fundamental tersebut terpenuhi dan dapat saling mendukung satu sama lain (Beltrami, 2020).

Menurut Engelstein (2021), pengembangan dalam aspek visual pada komponen *board game* menjadi fokus utama setelah tahap uji coba mekanisme dan tema permainan selesai dilakukan. Hal ini perlu dilakukan sebelum tahap produksi prototipe akhir permainan dijalankan dan produk akhir *board game* diluncurkan. Dengan demikian, solusi desain identitas visual komponen permainan fisik perlu segera dilakukan guna memberikan pengalaman permainan yang interaktif dan tidak membosankan bagi *board game* 'Antapura: Poerwakala'. Selain itu, perancangan ini juga diperlukan agar *board game* dapat diproduksi serta digunakan sebagai *brand touchpoint* dari IP, seperti yang telah direncanakan sebelumnya.

Signifikansi Kebutuhan Desain

Setelah membahas relevansi dan urgensi, aspek terakhir yang dapat diulas pada studi kontekstual ini adalah perihal signifikansi dari dilakukannya suatu solusi desain. Berdasarkan pembahasan pada dua sub bab sebelumnya, dapat dilihat bahwa solusi desain berupa perancangan identitas visual terhadap *board game* 'Antapura: Poerwakala' menjadi relevan dan perlu segera dilakukan. Selain dalam membuat identitas permainan yang jelas dan dapat membuat *board game* memasuki tahap produksi berikutnya, solusi desain yang ditawarkan juga dapat memperjelas aturan dalam permainannya sendiri.

Menurut Engelstein (2021), elemen grafis pada komponen permainan merupakan hal yang diperlukan untuk membuat suatu permainan dapat dimainkan. *Board game* dengan visual yang buruk dapat membuat permainan sulit dipahami dan merusak pengalaman bermain pemain (Engelstein, 2021). Hal ini ditegaskan oleh Slack & Stegmaier (2017), bahwa visual pada komponen permainan harus dapat mendorong pengalaman bermain penggunanya. Hal ini dapat dicapai dengan memiliki visual yang konsisten dan koheren dengan tema yang dibawa, menarik, dapat memikat pemainnya, serta secara fungsional mudah dimengerti (Slack & Stegmaier, 2017).

Menurut Wheeler (2018), koherensi dapat dicapai dengan penggunaan bahasa visual yang sama dan kualitas yang seragam. Pemahaman ini didukung dengan teori Landa (2011) mengenai koherensi dapat dibangun dengan identitas visual berupa logo, warna, tipografi, dan bentuk yang selaras. Hal ini dapat translasikan bahwa hadirnya identitas visual dapat membantu dalam membuat visual yang konsisten dan koheren pada setiap komponennya. Sehingga, dapat dipahami bahwa identitas visual dapat digunakan sebagai solusi desain yang dapat berdampak secara signifikan pada *board game*.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Hadirnya identitas visual pada suatu entitas dapat memberikan identitas yang jelas secara formal. Hal ini berlaku pada *board game* guna membantu dalam memberikan visual yang dapat dikenali dan memikat audiens. Identitas visual mencakup perancangan logo, penentuan warna dan tipografi serta ikonografi pada komponennya dapat mendukung ketiga aspek fundamental yang perlu dijaga satu sama lain serta mendorong permainan yang lebih interaktif. Perancangan tersebut juga secara signifikan dapat membuat permainan terlihat konsisten dengan

dunia IP yang dibawa serta menarik bagi audiensnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan terhadap perancangan identitas visual pada *board game* berbasis *Intellectual Property* 'Antapura: Poerwakala' menjadi relevan dan dapat berdampak signifikan untuk dilakukan. Adanya analisis secara kontekstual ini diharapkan dapat mendukung kebutuhan desain identitas visual yang akan dilakukan penulis pada tahap perancangan dan implementasi berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Adams, S., Morioka, N., & Stone, T. (2004). *Logo design workbook: A hands-on guide to creating logos*. Gloucester: Rockport.

Adkins, M. (2018, April 18). The Rise Of IP-Driven Tabletop Games. Retrieved from <https://nerdsonearth.com/2018/04/the-rise-of-ip-driven-tabletop-games/>

Airey, D. (2010). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. Berkeley: New Riders.

Airey, D. (2019). *Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding*. Beverly, MA: Rockport.

Beltrami, D. (2020, December 22). A board game design process: A game is a system. Retrieved from <https://uxdesign.cc/a-board-game-design-process-a-game-is-a-system-5469dfa4536>

Budelmann, K., Kim, Y., & Wozniak, C. (2010). *Essential elements for brand identity: 100 principles for designing logos and building brands*. Rockport.

Engelstein, G. (2021). *Game production: Prototyping and producing your board game*. Boca Raton: CRC Press.

Gobet, F., Voogt, A. J., & Retschitzki, J. (2004). *Moves in mind: The psychology of board games*. Hove: Psychology Press.

Identity. (n.d.). Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/identity>

Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions*. Boston, MA: Wadsworth/Cengage Learning.

Slack, J., & Stegmaier, J. (2017). *The board game designers guide: The easy 4 step process to create amazing games that people cant stop playing*. Ontario: Crazy Like a Box.

Selinker, M., Ernest, J., Daviau, R., Forbeck, M., Garfield, R., Howell, D., . . . Yu, D. (2012). *The Kobold Guide to Board Game Design*. Kirkland: Open Design LLC.

T., M. (2021, February 20). What types of board games are there? Defining Board Game Categories. Retrieved from <https://tabletopbellhop.com/gaming-advice/board-game-types/>

Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity: An essential guide for the entire branding team*. Hoboken, NJ: Wiley.