

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Identitas merupakan suatu karakteristik yang membedakan antara suatu subyek dengan subyek lainnya. Ketika terdapat dua produk atau jasa menawarkan hal serupa, keberadaan suatu identitas menjadi esensial untuk memberikan distingsi antara keduanya (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 et al., 2004). Identitas visual berupa logo, warna, tipografi, dan sistem tata letak dapat berperan besar dalam memberikan persepsi tersebut terhadap suatu *brand*. Menurut Wheeler (2018:24), adanya identitas visual yang mudah dikenali dan diingat dapat membantu masyarakat untuk peka terhadap suatu *brand*.

Dalam upaya membuat konsumen merasakan pengalaman yang ditawarkan, suatu *brand* memerlukan medium yang dapat berinteraksi dengan konsumennya, yang disebut dengan *brand touchpoints* (Budelmann et al., 2010). Pertimbangan terhadap hal tersebut pun menjadi esensial agar pesan dapat tersampaikan dan mempengaruhi persepsi dari target audiens yang dituju (Landa, 2011). Dengan demikian, pemilihan *brand touchpoints* yang tepat bagi konsumennya menjadi

penting bagi suatu *brand* dalam membantu audiens untuk mengenal dan mengingat entitas tersebut.

Board game merupakan permainan yang dimainkan dengan aturan jumlah, posisi, dan pergerakan komponen diatas suatu papan (Gobet et al., 2004). Sebuah *board game* umumnya terstruktur atas tiga aspek fundamental, yaitu mekanisme, tema, dan komponen (Beltrami, 2020). Ketiga aspek tersebut saling berhubungan untuk menghasilkan suatu permainan yang dapat memikat interaksi penggunanya. Di tengah perkembangan penjualan *board game* saat ini, tidak sedikit *board game* yang mengangkat *Intellectual Property* sebagai tema ataupun mekanisme utamanya (Adkins, 2018). *Board game* dengan kategori ini dapat berdampak positif dalam pengenalan suatu *board game* ataupun *Intellectual Property* yang diangkat (Adkins, 2018).

‘Antapura’ merupakan sebuah *Intellectual Property* yang mengangkat budaya dan sosial Indonesia sebagai referensi utama dari pengembangan dunia dan karakternya. *Intellectual Property* (IP) yang dikembangkan oleh Arthur Wisly, Ethannael Halim, Giovanni Amin, dan Kevin Nathanael ini ditujukan untuk menjawab isu pengemasan budaya Indonesia yang masih kurang baik dalam negeri dan berujung pada minimnya perhatian serta apresiasi terhadap hal tersebut. Perancangan yang masih tergolong baru ini memerlukan medium yang dapat digunakan sebagai pengenalan awal dunia IP untuk dapat memikat perhatian dan minat audiens tertentu. Menjawab kebutuhan tersebut, pada pertengahan tahun 2021 lalu penulis berkesempatan merancang mekanisme permainan *board game* dengan mengangkat

dunia dari IP ‘Antapura’. *Board game* bernama ‘Antapura: Poerwakala’ ini bercerita mengenai awal mula masing-masing kerajaan dan 12 karakter kuno dari dunia IP yang diangkat saling berkompetisi untuk memperluas kekuasaan mereka dan menjadi kerajaan terbaik.



Gambar 1.1. Komponen Uji Coba Virtual Papan Map Permainan dan Kartu *Board Game*

‘Antapura: Poerwakala’

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Meskipun prototipe permainan dengan mekanisme *modular board*, *hexagon grid*, *variable player powers*, dan *status effect* ini telah rampung dan dapat dimainkan, *board game* yang ditujukan sebagai pemenuhan keperluan *brand touchpoint* dari *Intellectual Property* ‘Antapura’ ini belum dapat diproduksi dan diluncurkan secara massal. Hal ini disebabkan oleh belum ditemukannya visual apapun, baik logo, ilustrasi, maupun elemen grafis lainnya pada identitas *board game* beserta komponen permainannya.

Tidak hanya berguna dalam menarik perhatian audiens, hadirnya visual yang komprehensif pada suatu *board game* dapat membantu dalam mendorong interaksi

yang baik antara permainan dengan pemainnya (Slack & Stegmaier, 2017). Audiens akan diyakinkan untuk memilih suatu *board game* ketika terdapat visual yang dapat menarik perhatian mereka (Selinker & Ernest, 2011). Hal ini dapat dipahami bahwa dengan visual yang jelas pada komponen ataupun kemasan permainan dapat memberikan pengalaman yang positif bagi audiens yang dituju entitas. Oleh karena itu, perancangan identitas visual dan aset visual komponen permainan diperlukan sebagai solusi desain untuk mengatasi masalah ini.

1.2. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang ditemukan pada *board game* ini adalah ketidakhadirannya identitas visual dan aset visual pada komponen permainan. Isu seputar identitas visual ini ditemukan pada seluruh komponen prototipe permainan, dari logo, warna, tipografi, hingga ikonografi permainan. Selain itu, visual berupa ilustrasi pada komponen belum ditemukan dan membuat permainan kurang terlihat memiliki identitas serta merepresentasikan kesan permainan dan dunia IP yang diangkat. Isu dalam aspek komponen permainan ini perlu diselesaikan guna mendorong interaksi dari permainan. Selain itu, masalah ini juga perlu segera diselesaikan dengan pertimbangan obyektif permainan yang akan digunakan sebagai *brand touchpoint* dari *Intellectual Property* 'Antapura'.



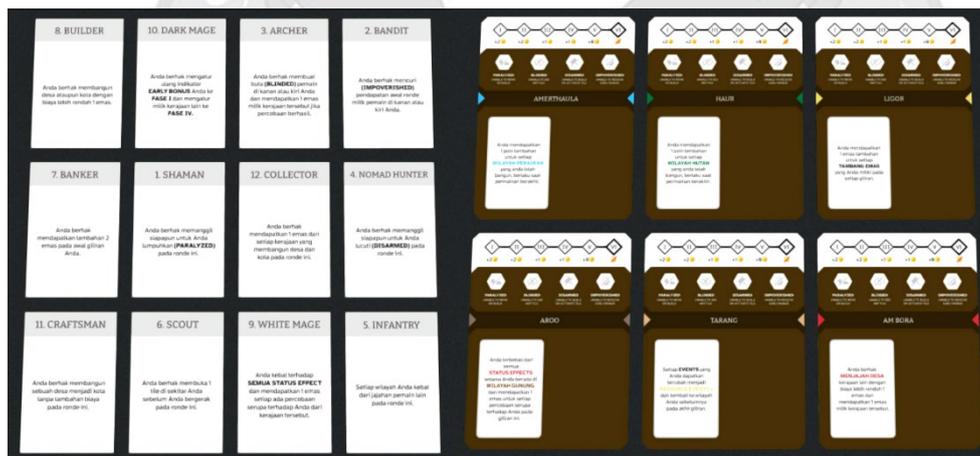
Gambar 1.2. Tangkapan Layar Uji Coba Virtual *Board Game* ‘Antapura: Poerwakala’

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Keunikan pada suatu *board game* dapat membuat *brand* tersebut menjadi berbeda dari entitas yang sama dan mudah diingat oleh audiensnya (Slack & Stegmaier, 2017). 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 ini dapat didukung dengan hadirnya 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).

Tahap pengembangan visual pada komponen permainan diperlukan dalam mendukung 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). Selain itu, tahapan ini juga merupakan tahapan yang perlu dilakukan setelah uji coba mekanisme dan tema permainan selesai dilakukan (Engelstein, 2021). Perancangan identitas visual ini menjadi perlu untuk segera dilakukan sebelum tahap produksi prototipe akhir permainan dijalankan dan produk akhir *board game* diluncurkan. Hal diinisiasi dengan pertimbangan entitas yang akan digunakan sebagai *brand touchpoint* dari *Intellectual Property*, seperti yang telah direncanakan sebelumnya.

Solusi desain yang dilakukan terhadap entitas juga dapat meningkatkan kualitas permainan secara signifikan. Elemen grafis yang koheren dan konsisten pada visual komponen dapat membuat permainan lebih mudah dipahami, menarik, dan mendorong interaksi pemain (Engelstein, 2021; 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. Oleh karena itu, hadirnya identitas visual dapat membantu dalam membuat visual yang konsisten dan koheren pada setiap komponennya.



Gambar 1.3. Komponen Uji Coba Virtual Kartu Karakter dan Papan Kerajaan Pemain

Board Game ‘Antapura: Poerwakala’

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan, penulis berencana untuk melanjutkan proyek *board game* yang telah dirancang dengan melakukan perancangan identitas visual dan aset visual pada komponen permainan dari *board game* ‘Antapura: Poerwakala’. Perancangan akan dilakukan dengan menggunakan teori identitas visual, *board game*, desain karakter, dan desain kemasan agar *board game* dapat

memiliki visual dan diproduksi dengan hasil yang baik. Perancangan juga akan menggunakan teori Cross-Cultural Method milik Rung Tai Lin yang akan diaplikasikan pada perancangan pose dan atribut karakter permainan yang menggunakan budaya Indonesia sebagai referensi visual utamanya,

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang sistem identitas visual yang dapat mengakomodir keperluan visual komponen permainan ‘Antapura: Poerwakala’?
2. Bagaimana merancang ilustrasi karakter dan aset visual komponen permainan yang dapat merepresentasikan dunia *Intellectual Property* ‘Antapura’ dan cerita serta mekanisme permainan yang bersangkutan?
3. Bagaimana merancang kemasan permainan yang dapat melindungi setiap komponen permainan dengan baik dengan visual yang dapat menarik audiens?

1.4. Tujuan Perancangan

Perancangan ini dilakukan upaya untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Merancang sistem identitas visual beserta ikonografi yang diaplikasikan pada seluruh komponen beserta kemasan permainan
2. Merancang ilustrasi karakter serta kelebihan masing-masing dan selaras dengan karakteristik yang diangkat
3. Merancang aset visual komponen permainan yang mudah dipahami dengan membawa kesan dan karakteristik permainan

4. Mengolah berkas petunjuk komponen dan cara bermain permainan menjadi *booklet* panduan permainan yang menarik dan mudah dipahami pengguna
5. Membentuk desain kemasan yang digunakan untuk mengemas dan melindungi seluruh komponen permainan ‘Antapura: Poerwakala’, dengan mempertimbangkan bahan dan gramasi kemasan

1.5. Manfaat Perancangan

Perancangan identitas visual dan aset visual komponen *board game* ‘Antapura: Poerwakala’ dilakukan agar permainan papan ini dapat memiliki identitas visual dan aset visual komponen permainan yang jelas, sehingga produk ini dapat diluncurkan sebagai *brand touchpoints* yang telah direncanakan dan dimainkan dengan pengalaman yang menarik bagi para penggunanya. Selain itu, perancangan dilakukan dengan harapan masyarakat dapat mengenal *Intellectual Property* ‘Antapura’ yang diangkat dan tertarik untuk menelusuri lebih jauh dunia dan karakter yang ditawarkan.