

Perancangan *Artwork Board Game Journey of Bengok* Sebagai Media Promosi *Bengok Craft* Menggunakan *Flat Design*

Revan Dhimasnata ¹, Jasson Prestilliano ², T. Arie Setiawan P. ³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual/Universitas Kristen Satya Wacana

¹rdarnata@gmail.com, ²jasson.prestiliano@uksw.edu, ³arie.prasida@uksw.edu

ABSTRAK

Inovasi media promosi sangat diperlukan untuk menunjang perkembangan usaha dari *Bengok Craft* yang ingin mengenalkan proses bisnisnya kepada calon konsumen, salah satunya melalui media *board game*. Agar calon konsumen mendapatkan gambaran serta lebih mudah dalam menangkap informasi yang disajikan, maka diperlukan tampilan visual yang menarik dan dapat menunjang dalam pengenalan proses bisnis *Bengok Craft*, dikarenakan *Bengok Craft* tidak hanya menjual produk saja, tetapi juga menjual nilai serta cerita dari produk yang dibuat, karena hal tersebut dapat membantu dalam pengenalan *brand Bengok Craft* secara mendalam serta membangun konsumen yang loyal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mix method* dengan strategi linear. *Artwork* yang ditampilkan dapat membantu target *audience* dalam mengenali identitas visual dari *Bengok Craft* serta mendapatkan gambaran dari proses bisnis yang dilakukan *Bengok Craft*.

Kata Kunci: *artwork; board game; flat design*

ABSTRACT

Promotional media innovation is needed to support business development for *Bengok Craft*, which wants to introduce their business processes to potential customers, one of which is through the media *board game*. For potential customers to get an overview and more easily capture the information presented, an attractive visual appearance is needed and can support the introduction of business processes at *Bengok Craft*, because *Bengok Craft* doesn't only sell products, it also sells the value and stories of the products made, and this can help build recognition of the *Bengok Craft brand* as well as build loyalty among customers. The method used in this research is *mixed method* with a linear strategy. Artwork displayed can help the target audience to recognize the visual identity of *Bengok Craft* as well as to get an overview of the business processes carried out by *Bengok Craft*.

Keywords: *artwork; board game; flat design*

PENDAHULUAN

Bengok Craft merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Semarang yang fokus pada kerajinan enceng gondok, seperti *home decor*, *fashion*, dan *accessories*. Untuk meningkatkan daya tarik calon konsumen, *Bengok Craft* sering melakukan inovasi terhadap desain produk yang ditawarkan. Firman Setyaji selaku *owner* dari *Bengok Craft*, menuturkan bahwa pendekatan kepada calon konsumen berperan dalam menunjang perkembangan suatu usaha dikarenakan *Bengok Craft* dapat berkembang dengan adanya inovasi dan konsumen.

Media pendekatan yang digunakan oleh *Bengok Craft* adalah melalui aplikasi presentasi, sosial media, dan *website*. Firman Setyaji mengatakan, komunikasi satu arah tidak efisien karena perlu mengatakan hal yang sama secara berulang-ulang. Selain itu, media visual yang digunakan untuk menggambarkan proses bisnis *Bengok Craft* memiliki tampilan yang kurang menarik. Menurut Firman Setyaji, sangat penting bagi konsumen dalam mengenal *Bengok Craft* sampai pada proses bisnisnya, dikarenakan *Bengok Craft*

tidak hanya menjual produk saja, tetapi juga menjual nilai serta cerita dari produk yang dibuat, hal ini menjadi nilai tambah bagi konsumen karena dapat mengenal *Bengkok Craft* lebih dalam. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan pada media pendekatan yang digunakan agar calon konsumen tertarik dan ikut terlibat langsung dalam komunikasi yang dilakukan oleh *Bengkok Craft*.

Media promosi yang digunakan oleh *Bengkok Craft* saat ini terfokus pada media sosial dan *marketplace* untuk memperluas jangkauan calon konsumen. Selain itu, *Bengkok Craft* memanfaatkan *event* pameran untuk menampilkan produk serta pengenalan *branding Bengkok Craft* kepada calon konsumen yang berasal dari kalangan milenial dengan *lifestyle* yang berorientasi pada kepedulian lingkungan. Agar dapat menjangkau calon konsumen tersebut, *Bengkok Craft* melakukan *rebranding* pada logo dengan menerapkan *style flat design*, untuk menggambarkan semangat inovasi dalam mengikuti perkembangan zaman. *Flat design* memiliki kesan *simple*, dinamis, dan modern karena menekankan pada penggunaan warna yang *solid* dan elemen yang lebih sederhana. *Rebranding* yang dilakukan oleh *Bengkok Craft* dapat meningkatkan perkembangan bisnis *Bengkok Craft* apabila diterapkan pada media promosi yang digunakan, sehingga *brand awareness* masyarakat terhadap *rebranding visual Bengkok Craft* dapat ditingkatkan.

Menurut Firman Setyaji, penggunaan media hiburan secara tidak sadar dapat mempengaruhi *brand awareness* masyarakat, contohnya melalui media *board game* dikarenakan cara penyampaian informasi melalui cara yang menyenangkan dapat meningkatkan penyerapan informasi dengan lebih efektif. *Board game* merupakan salah satu jenis permainan yang cukup digemari karena memiliki banyak manfaat seperti melatih aspek psikomotorik, kognitif, emosional, moral, seni dan juga bahasa (Istianto, 2013). Tampilan visual atau *artwork* pada *board game* memiliki peranan penting, agar *board game* yang dimainkan menjadi lebih menarik. Salah satu daya tarik dari sebuah *game* berasal dari perancangan *artwork* yang baik, sehingga mampu untuk mendukung tujuan dari pembuatan *game* tersebut (Setiabudi, 2013). Selain itu, informasi yang disampaikan berupa gambar dapat memudahkan penerima pesan dalam memahami isi materi (Himmamie dkk, 2019)

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan perancangan *artwork* pada *board game* menggunakan *style flat design* yang akan digunakan sebagai media promosi *Bengkok Craft*. Melalui perancangan ini diharapkan dapat membantu dalam pengenalan *personal branding Bengkok Craft* kepada calon konsumen yang berusia 20-25 tahun yang memiliki hobi bermain *game* agar dapat mengetahui cerita dibalik produk *Bengkok Craft* serta mempermudah calon konsumen dalam menangkap informasi yang disajikan melalui tampilan visual.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Sheila Lestari Giza Pudrianisa yang berjudul “*Board Game Arkeologi Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Efektif*” menyimpulkan bahwa penggunaan *board game* sebagai media pemasaran dapat digunakan dengan efektif, karena pengunjung mendapatkan informasi baru terkait situs sejarah dan legenda. Dalam komunikasi pemasaran, terdapat elemen persuasi saat memberikan informasi maupun meyakinkan kepada masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Sehingga mampu mempengaruhi calon konsumen untuk berkunjung kembali ke tempat yang sama maupun berbeda (Pudrianisa dan Rizky, 2020). Berdasarkan penelitian tersebut terdapat kesamaan dengan penelitian yang sedang dikerjakan, yaitu sama-sama mengangkat *board game* sebagai media pemasaran, sehingga dapat digunakan untuk menarik perhatian konsumen.

Menurut penelitian Sintya Conarta yang berjudul “*Perancangan Brand Building dan Media Promosi Untuk Properpouch di Surabaya*” dapat disimpulkan bahwa untuk

membangun sebuah brand yang kuat berarti membentuk posisi *brand* yang kuat juga, sehingga citra sebuah *brand* dapat melekat di benak konsumen dan tercipta ikatan emosional antara konsumen dan produk. Selain itu, penggunaan media promosi yang tepat dapat menarik perhatian konsumen agar ikut peduli dengan misi yang disampaikan serta meningkatkan kesadaran konsumen akan keberadaan *Properpouch* (Conarta, 2015). Berdasarkan penelitian tersebut terdapat kesamaan dengan penelitian yang sedang dikerjakan, yaitu sama-sama memanfaatkan media promosi untuk membangun citra *brand* yang kuat sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

Dalam penelitian Joni Weirian yang berjudul “Perancangan Visual *Artwork Board Game* Edukasi Membangun Sikap Toleransi” menyimpulkan bahwa konsep permainan dan *artwork* merupakan satu-kesatuan, dan menjadi sebuah media yang dapat mendorong pemain untuk bisa mencari, berpikir, atau berdiskusi mengenai nilai yang terdapat didalam *board game*. Kemudian tampilan visual pada *board game* berperan penting dalam menarik perhatian *audience* serta membantu dalam memahami informasi dengan lebih cepat. Karena tujuan dari *artwork* adalah menjembatani antara *board game* dengan pemainnya yang artinya *artwork* harus bisa menjelaskan serta membantu jalannya permainan (Weirian, 2018). Berdasarkan penelitian tersebut terdapat kesamaan dengan penelitian yang sedang dikerjakan, yaitu merancang *artwork* untuk *board game*.

Bengok Craft merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Semarang yang fokus pada kerajinan enceng gondok, seperti *home decor*, *fashion*, serta aksesoris lainnya. *Bengok Craft* didirikan oleh Firman Setyaji pada 5 Januari 2019 dan mempekerjakan masyarakat lokal sebagai pengrajin. Untuk memenuhi permintaan pasar, *Bengok Craft* menerapkan proses bisnis yang terdiri dari tiga tahap, yaitu produksi, *marketing*, dan distribusi.

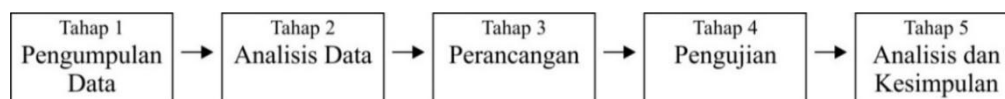
Media promosi merupakan suatu komunikasi yang memberikan penjelasan tentang produk maupun jasa suatu perusahaan yang ditampilkan kepada konsumen melalui suatu wadah penyalur gagasan atau ide yang disebut media (Prasetyo, 2019). Penggunaan media yang unik serta menimbulkan interaksi pada konsumen dapat meningkatkan daya tarik yang lebih tinggi, seperti memanfaatkan media sosial atau menggunakan media permainan.

Board game merupakan permainan yang dimainkan oleh dua orang atau lebih, berupa papan permainan yang telah didesain sedemikian rupa dan di dalamnya terdapat cara bermain yang dilengkapi dengan beberapa komponen seperti token, pion atau bidak, dan komponen lainnya (Hendrawan dkk, 2018). *Artwork* pada *board game* merupakan bentuk visual atau ilustrasi dari informasi tertentu yang diterapkan ke dalam komponen papan permainan. Ilustrasi pada *board game* memiliki peran untuk menarik perhatian serta menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada pemain dengan lebih mudah.

Flat design dapat diartikan sebagai desain datar, dimana desain yang digunakan tidak menggunakan atau menghilangkan gradasi warna dan tekstur yang dapat memberikan kesan kedalaman atau dimensi pada objek. Prinsip *flat design* yaitu menyederhanakan bentuk aslinya dengan menghilangkan penggunaan bayangan, bevel, tekstur, dan berfokus pada penggunaan *solid color*, tipografi, serta elemen yang lebih sederhana (Fitriani, 2019). Gaya desain ini dipengaruhi oleh gaya desain *The Swiss Style* yang populer pada tahun 1940-an dan 1950-an. *Flat design* dianggap memberikan kesan lebih modern, *simple*, dan *playfull* dikarenakan menggunakan warna-warna cerah sehingga dapat meningkatkan daya tarik terhadap konsumen. Secara garis besar, terdapat empat elemen dasar yang sering muncul dalam *flat design*, yaitu (1) ilustrasi; (2) tipografi; (3) tata letak; dan (4) Warna. Gaya visual yang sederhana dapat membantu *audience* untuk fokus pada informasi penting yang disajikan tanpa terganggu oleh ornamen-ornamen visual lainnya (Anindita dan Menul, 2016).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mix method*, yaitu penggabungan antara metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. metode ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada pada pendekatan kuantitatif maupun pendekatan kualitatif (Weirian, 2018).

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi linear, yaitu menetapkan urutan logis pada tahapan perancangan yang sederhana dan sudah dipahami komponennya (Sarwono, 2017). Strategi linear dibagi ke dalam lima tahapan, tahapan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan strategi linear

Tahap awal dalam perancangan *artwork* yaitu melakukan pengumpulan data dari Firman Setyaji yang merupakan *owner* dari *Bengok Craft*. Adapun hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa, *board game* dapat digunakan sebagai media promosi karena mampu menyampaikan proses bisnis dari *Bengok Craft* kepada calon konsumen. Selain itu, *board game* memiliki kelebihan yaitu dapat menimbulkan interaksi secara langsung antara *Bengok Craft* dengan calon konsumennya. Kemudian, ilustrasi memiliki peran yang sangat besar dalam kegiatan promosi karena dapat meningkatkan daya tarik produk yang ditawarkan, khususnya pada generasi milenial yang selalu mengikuti perkembangan zaman.

Wawancara juga dilakukan dengan Kristides Yudoko yang merupakan ilustrator profesional. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, ilustrasi pada media promosi dapat digunakan sebagai pengiring pada suatu produk, dimana kejelasan suatu simbol atau tampilan visual yang dirancang sedemikian rupa menjadi kunci penting dalam menarik perhatian dan membantu konsumen dalam memahami suatu informasi secara cepat dan tepat.

Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan kepada masyarakat dengan cara menyebarkan kuesioner dengan jumlah responden 70 orang. Berdasarkan kuesioner tersebut, sebanyak 54,3% tidak mengetahui proses bisnis *Bengok Craft*. Kemudian masyarakat mengenal *Bengok Craft* melalui media sosial sebanyak 37,1%, melalui *event* seperti pameran sebanyak 28,5%. Pekerjaan paling banyak adalah mahasiswa dengan persentase 31,4%, dan sisanya bekerja sebagai wirausaha, karyawan swasta, dan ibu rumah tangga. Pada pemilihan *style* gambar, masyarakat memilih ilustrasi kartun dengan *stroke* sedikit tebal dan warna *tint* dikarenakan memiliki kesan *simple* dan lucu.

Selanjutnya, pengumpulan data dengan melakukan perbandingan *art style* dari dua *board game* yaitu *Coffeetopia* dan *Cabo: Deluxe Edition* dengan ilustrasi yang sudah digunakan oleh *Bengok Craft*. Perbandingan *artstyle* tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan *Art Style*

Konten	<i>Coffeetopia</i>	<i>Cabo: Deluxe Edition</i>	<i>Bengok Craft</i>
Gambar			
Konsep cerita	Mengumpulkan biji kopi berkualitas di Indonesia untuk diekspor ke luar negeri.	Berlomba dengan orang-orang untuk melihat kuda <i>unicorn</i> dari dekat.	Merangkul masyarakat lokal dalam mengolah eceng gondok menjadi kerajinan tangan yang bernilai.
<i>Art Style</i>	Menggunakan <i>style flat design</i> dengan <i>outline</i> yang jelas, ilustrasi karakter sederhana dan tidak banyak menggunakan detail berlebihan.	Menggunakan <i>style flat design</i> tanpa <i>outline</i> , ilustrasi karakter sederhana dengan detail <i>shading</i> dan <i>highlight</i> yang tidak berlebihan.	Menggunakan <i>style</i> kartun dengan <i>outline</i> yang jelas, ilustrasi karakter sederhana dan tidak banyak menggunakan detail berlebihan.
Warna	Menggunakan kombinasi warna primer dan sekunder yang ditambahkan warna hitam (<i>shade</i>), sehingga warna yang dihasilkan terkesan lebih gelap.	Menggunakan kombinasi warna primer dan sekunder yang ditambahkan warna abu-abu (<i>tone</i>), sehingga warna yang dihasilkan terkesan keruh.	Menggunakan kombinasi warna primer, sekunder, dan tersier yang ditambahkan warna putih (<i>tint</i>), sehingga warnanya terkesan lebih hangat dan kalem.
Tipografi	Menggunakan kombinasi font <i>serif</i> , <i>sans serif</i> , dan <i>decoratif</i> .	Menggunakan font <i>sans serif</i> .	-

Berdasarkan perbandingan tersebut, *art style* pada board game *Coffeetopia*, *Cabo: Deluxe Edition*, serta ilustrasi *Bengok Craft* memiliki perbedaan, dimana *art style* yang digunakan berperan untuk menguatkan isi dan pesan yang ingin disampaikan kepada *target*

audience nya. Pada *board game Coffeetopia*, *style* yang digunakan memberikan kesan minimalis, modern, dan menggambarkan semangat yang tinggi. Kemudian pada *board game Cabo: Deluxe Edition* *style* yang digunakan dapat menggambarkan dunia fantasi, dimana keberadaan Cabo yang merupakan kuda *unicorn* sangat identik dengan dongeng fantasi. Sedangkan pada ilustrasi *Bengok Craft*, *style* yang digunakan dapat menggambarkan sikap kreatif dan inovatif dalam menciptakan kerajinan enceng gondok serta menjunjung tinggi sikap kekeluargaan dari seluruh lapisan masyarakat dalam berkarya.

Data yang telah dikumpulkan dapat dijadikan sebagai landasan dalam perancangan *artwork* pada *board game* tersebut. Masyarakat yang belum mengetahui *Bengok Craft* secara mendalam memerlukan ilustrasi atau *artwork* dengan *style flat design* yang menarik perhatian, informatif, sesuai dengan *personal branding* dan *target audience* dari *Bengok Craft*.

PEMBAHASAN

Perancangan

Dalam perancangan *artwork* perlu melalui beberapa tahapan. Tahapan perancangan *artwork* tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan perancangan *artwork*

a. Konsep

Hasil pengumpulan data yang telah dianalisis selanjutnya dijadikan konsep dasar dalam perancangan *artwork*. Latar tempat yang digunakan yaitu di Rawa Pening, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Karena eceng gondok yang merupakan bahan baku pembuatan produk *Bengok Craft* diambil dari Rawa Pening yang tumbuh dengan subur hingga hampir menutupi seluruh permukaan rawa.

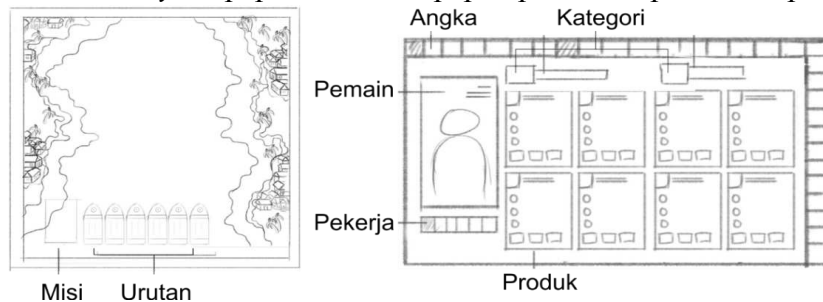
Konsep dalam perancangan *artwork* ini mengangkat tentang proses bisnis dari *Bengok Craft* dalam memproduksi barang hingga tahap penjualan produk sesuai kebutuhan pasar. Latar pada papan rawa berupa tampilan Rawa Pening yang dibagi menjadi dua sisi, yaitu bagian kanan dan kiri. Pada setiap sisi terdapat dua buah gubuk dan perahu sebagai penanda awal pemain meletakkan token nelayan. Pada bagian tengah rawa terdapat sekumpulan eceng gondok gondok yang tersebar secara acak. Karena pemain perlu melihat peta secara menyeluruh, maka *point of view* pada papan rawa menggunakan *eagle view*, dimana titik penglihatannya berada di atas. Gaya penggambaran yang digunakan pada perancangan *artwork* ini yaitu *flat design* karena bentuknya yang sederhana tanpa menampilkan detail berlebihan namun dapat menarik perhatian.

b. Sketsa

Konsep yang telah disusun selanjutnya dibuat sketsa untuk menemukan gambar yang sesuai dengan konsep. Dalam perancangan *board game* ini, diperlukan komponen-komponen yang dirancang semenarik mungkin untuk meningkatkan daya tarik calon konsumen. Komponen tersebut antara lain papan rawa, papan pemain, kartu pesanan, token pekerja, token nelayan, token pemain, token uang, token rintangan, dan dadu.

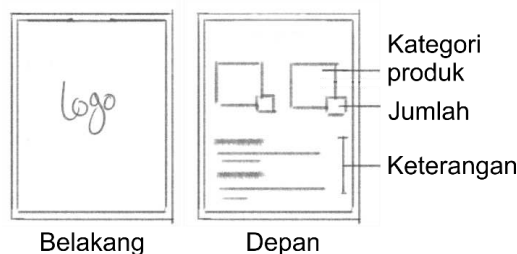
Pengerjaan sketsa dimulai dengan pembuatan *layout* papan rawa, yang akan digunakan oleh pemain untuk mengumpulkan eceng gondok. Terdapat beberapa elemen

visual yang harus ada di dalam papan rawa, diantaranya ilustrasi dermaga, *space* untuk enceng gondok, penanda urutan pemain, dan kartu kebutuhan pasar atau kartu misi. Kemudian untuk papan pemain berfungsi saat pemain memulai tahap produksi barang. Elemen visual yang terdapat pada papan pemain diantaranya ilustrasi karakter, nama karakter, kolom pekerja, daftar barang, serta kolom angka untuk jumlah enceng gondok dan uang yang dimiliki pemain. Pada urutan pemain di papan rawa berbentuk perahu untuk menggambarkan pemain seolah-olah menjadi petani yang menaiki perahu untuk memanen enceng gondok. Sketsa *layout* papan rawa dan papan pemain dapat dilihat pada Gambar 3.



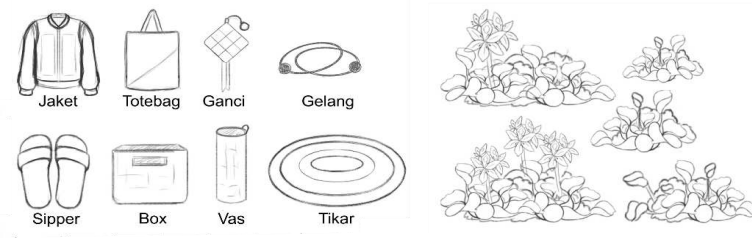
Gambar 3. *Layout* papan rawa dan papan pemain

Pada kartu kebutuhan pasar, elemen-elemen visualnya meliputi ikon produk, kondisi pasar, dan bonus. *Layout* yang akan digunakan perlu dibuat sebaik mungkin agar pemain tidak mengalami kesulitan dalam memahami informasi yang disajikan. Di bagian depan terdapat informasi mengenai jumlah beserta produk yang harus dibuat dan kolom untuk keterangan tambahan, sedangkan bagian belakang terdapat logo. *Layout* kartu kebutuhan pasar dapat dilihat pada Gambar 4.



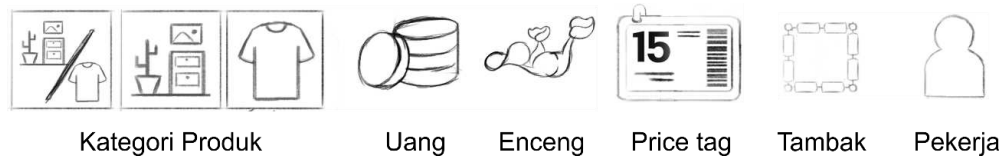
Gambar 4. *Layout* kartu kebutuhan pasar

Selanjutnya pembuatan sketsa untuk ilustrasi produk dan eceng gondok. Ilustrasi produk akan dibuat berdasarkan produk dari *Bengok Craft* yang bentuknya disederhanakan. Kemudian ilustrasi eceng gondok terdiri dari sekumpulan eceng gondok dimana besar-kecilnya ukuran eceng gondok disesuaikan dengan jumlah yang didapatkan pemain saat melakukan fase panen dan terdapat bunga eceng gondok untuk menandakan jumlah yang paling besar. Ilustrasi tambak digunakan sebagai penghalang pemain saat memanen eceng gondok di dalam map rawa dan akan dibuat seperti pada objek aslinya. Proses sketsa ilustrasi produk dan eceng gondok dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Sketsa ilustrasi produk dan eceng gondok

Berikutnya dilanjutkan dengan pembuatan ikon yang akan digunakan dalam *board game*. Ikon yang dibuat berupa ikon kategori produk, uang, pekerja, dan label harga. Ikon kategori produk digunakan untuk menunjukkan kategori produk yang ada di papan pemain. Ikon uang digunakan sebagai penunjuk harga produksi, ikon eceng gondok digunakan sebagai penunjuk jumlah eceng gondok yang digunakan pemain saat tahap produksi, ikon pekerja digunakan untuk menunjukkan jumlah pekerja yang terlibat dalam proses produksi barang, label harga digunakan untuk menunjukkan harga jual dari produk yang telah dibuat. Sketsa ikon dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Sketsa ikon

Karakter pemain terdiri dari enam orang yang menggambarkan target konsumen dari *Bengkok Craft*, yaitu mahasiswa, ibu rumah tangga, penata busana, pegawai swasta, wirausaha, dan *content creator*. Perancangan karakter dibuat menggunakan perbandingan 1:5, dengan ekspresi tertawa untuk memberikan kesan ramah.

Karakter mahasiswa bernama Tiara digambarkan sebagai wanita muda yang rendah hati dan senang belajar. Karakter ini sedang melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan membantu pengolahan eceng gondok. Karakter Tiara menggunakan pakaian kasual berupa *cardigan*, *t-shirt*, celana panjang, sepatu *sneakers*, dan *tote bag*.

Karakter ibu rumah tangga bernama Asta digambarkan sebagai wanita dewasa yang memiliki sifat lemah lembut dan cermat. Asta memiliki ketertarikan terhadap hiasan yang bertemakan *natural-rustic* serta tanaman bunga. Karakter Asta memakai daster bermotif bunga, dan memakai kacamata.

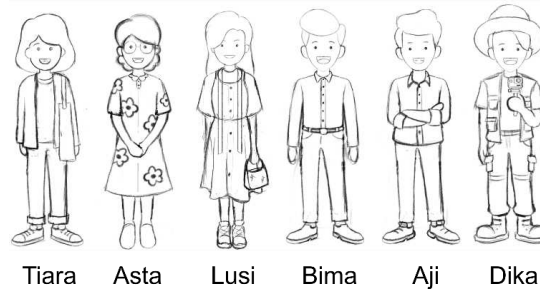
Karakter penata busana bernama Lusi digambarkan sebagai wanita muda yang feminim dan berpenampilan modis. Selain menyukai hal-hal yang berkaitan dengan tren masa kini, Lusi juga senang memadukan berbagai model busana dengan aksesoris yang berasal dari bahan daur ulang. Karakter Lusi menggunakan pakaian kasual berupa *t-shirt oversize*, rok terusan, sepatu *sneaker*, dan meteran jahit.

Karakter pegawai swasta bernama Bima digambarkan sebagai laki-laki yang bersifat ramah dan bertanggung jawab. Bima bekerja di suatu perusahaan swasta yang bergerak dibidang ekspor produk, khususnya produk yang berasal dari UMKM. Karakter Bima menggunakan kemeja lengan panjang, celana panjang, dan sepatu pantofel.

Karakter wirausahawan bernama Aji digambarkan sebagai laki-laki yang memiliki sifat optimis dan berjiwa pemimpin. Aji memanfaatkan benda-benda tidak terpakai disekitarnya untuk dijadikan sebuah produk yang memiliki keunikan serta nilai jual yang

lebih tinggi. Karakter Aji menggunakan kemeja yang digulung di bagian lengan, celana panjang, dan sepatu *sneaker*.

Karakter *content creator* bernama Dika, digambarkan sebagai laki-laki yang semangat dan senang berbagi cerita. Dika ingin menunjukkan potensi sumber daya alam di suatu daerah yang belum terekspos secara luas serta mengenalkan kehidupan dan kebudayaan masyarakatnya. Karakter Dika memiliki ketertarikan yang tinggi dengan alam sehingga menggunakan pakaian safari, topi rimba, sepatu dan membawa *action cam*. Sketsa karakter pemain dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Sketsa karakter pemain

Selanjutnya adalah perancangan logo untuk *board game Journey of Bengok*. Sketsa logo yang dibuat berupa logo kombinasi dari teks *Journey of Bengok* dan terdapat siluet petani yang menaiki perahu untuk menggambarkan sebuah perjalanan dalam memanen eceng gondok. Sketsa logo dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Sketsa logo

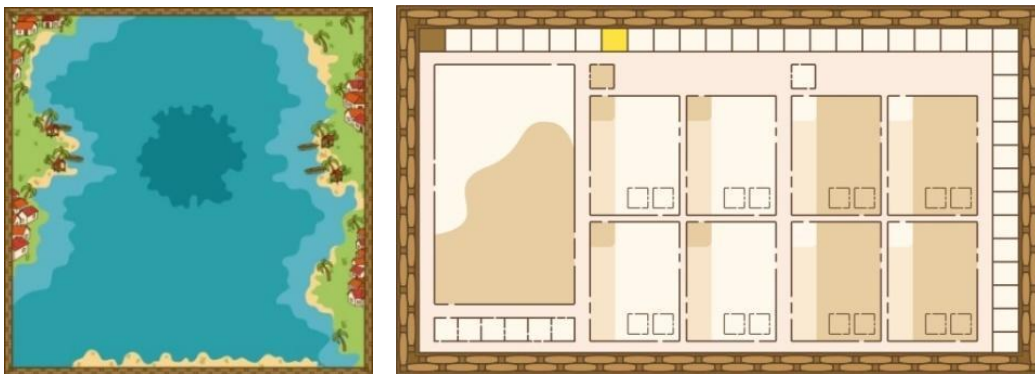
Pembuatan sketsa yang terakhir adalah sketsa ilustrasi pada desain kemasan *board game*. Ilustrasi yang gambarkan berupa *landscape* rawa pening yang sebagian besar tertutupi oleh eceng gondok. Hal ini disebabkan oleh kurangnya peran manusia dalam upaya pengendalian pertumbuhan eceng gondok yang sangat cepat. Sketsa ilustrasi dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Sketsa ilustrasi kemasan

c. *Finishing*

Proses *finishing* dilanjutkan dengan melakukan pemberian *outline* dan warna pada sketsa yang telah disetujui. Proses *finishing* pertama dilakukan pada ilustrasi papan permainan. Dibagian papan rawa dimulai dengan pembuatan area rawa yang terdiri dari area perairan, pemukiman penduduk, pepohonan, perahu, dan gubuk. Selanjutnya di bagian papan pemain, untuk menandakan penunjuk jumlah eceng gondok dan jumlah uang masing-masing diberi warna coklat dan kuning. Warna pada penunjuk eceng gondok berwarna coklat untuk menunjukkan bahwa eceng gondok tersebut telah melewati proses pengeringan dan siap digunakan, sedangkan pada uang permainan diberi warna kuning. Kemudian dibagian kotak produk terdapat dua jenis warna untuk membedakan kategori produk yang berbeda. Pada bagian tepi papan permainan diberi ilustrasi anyaman untuk menunjukkan bahwa produk dari *Bengok Craft* kebanyakan dibuat dengan cara dianyam. *Finishing* pada papan permainan dapat dilihat pada Gambar 10.



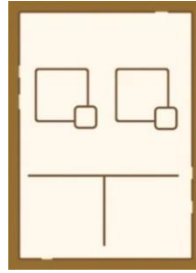
Gambar 10. *Finishing* papan permainan

Proses *finishing* selanjutnya dilanjutkan pada ilustrasi produk serta ikon yang telah dibuat. Ilustrasi produk diberi *outline* dan warna sesuai dengan objek yang sebenarnya untuk menghindari kesalahan dalam memberikan informasi kepada pemain. Untuk *finishing* ikon hanya diberikan *outline* untuk memberikan kesan *minimalis* pada objek. *Finishing* produk dan ikon dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. *Finishing* produk dan ikon

Setelah proses *finishing* pada ilustrasi produk dan ikon selesai, selanjutnya melakukan *finishing* pada *layout* kartu misi yang akan dijadikan sebagai media pengaplikasiannya. *Finishing* kartu misi dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 12. *Finishing* kartu misi

Kemudian untuk jenis *font* yang digunakan dalam *board game* menggunakan *font Poetsen One* yang memiliki kesan *feminim*. *Typeface font* dapat dilihat pada Gambar 13.

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890 ., ; ? ! +**

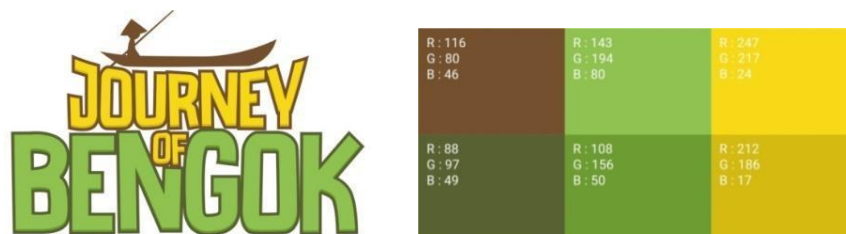
Gambar 13. *Typeface Poetsen One*

Selanjutnya *finishing* pada logo *board game* dengan menggunakan *font* yang tersedia di *website* dan disesuaikan dengan konsep Logo yang telah dibuat. *Typeface* yang digunakan yaitu “*Want Coffee*”. *Typeface Want Coffee* dapat dilihat pada Gambar 14.

**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
, . : ; ' " / ? ! @
\$ % ^ & * () - + =**

Gambar 14. *Typeface Want Coffee*

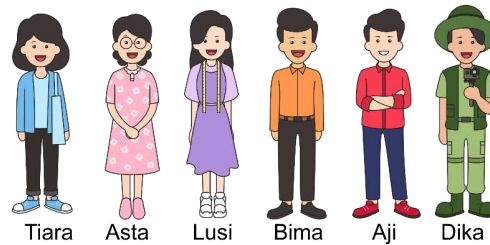
Tahap berikutnya adalah pemberian warna coklat yang sesuai dengan identitas *brand Bengok Craft* di bagian perahu dan *outline* teks. Pada teks “*Journey of*” diberi warna kuning untuk menggambarkan perjalanan menuju kemakmuran, dan warna hijau pada teks “*Bengok*” yang diambil dari warna eceng gondok sebelum diproses. *Finishing* logo dapat dilihat pada Gambar 15.



Gambar 15. Logo *Journey of Bengok*

Pada *finishing* karakter pemain, warna yang digunakan melambangkan sifat-sifat yang dimiliki oleh tiap karakternya. Warna biru pada karakter mahasiswa melambangkan kecerdasan dan pengetahuan. Warna merah muda pada karakter ibu rumah tangga

melambangkan sifat cinta kasih dan kelemahan lembut. Warna ungu pada karakter penata busana melambangkan imajinasi serta mewakili sifat feminim. Warna oranye pada karakter pegawai swasta melambangkan sifat ramah dan bersemangat. Warna merah pada karakter wirausaha melambangkan keberanian dan tekad yang kuat. Warna hijau pada karakter *content creator* melambangkan pertumbuhan dan nuansa alam. *Finishing* karakter pemain dapat dilihat pada Gambar 16.



Gambar 16. *Finishing* karakter pemain

Kemudian tahap terakhir yaitu *finishing* pada ilustrasi kemasan *Journey of Bengok*. *Finishing* ilustrasi kemasan dapat dilihat pada Gambar 17.



Gambar 17. *Finishing* ilustrasi kemasan

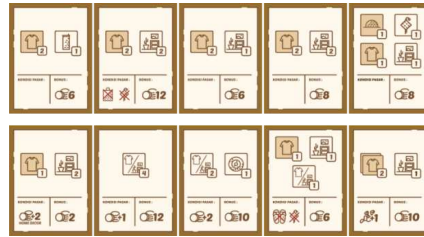
d. *Prototype*

Proses selanjutnya adalah menyatukan *artwork* yang telah di *finishing* untuk dijadikan *prototype board game*. Pada tahap ini, hasil perancangan perlu diujikan terlebih dahulu kepada pemain, yang bertujuan untuk mengetahui apakah perancangan *artwork* tersebut dapat menyampaikan informasi dengan baik. *Final artwork* pada papan permainan dapat dilihat pada Gambar 18.



Gambar 18. Papan permainan

Selain itu, *final artwork* pada kartu kebutuhan pasar pada Gambar 19 dan *final artwork* kemasan dapat dilihat pada Gambar 20.



Gambar 19. *Final artwork* kartu kebutuhan pasar



Gambar 20. *Final artwork* Kemasan

Pengujian dan Hasil Analisis

Setelah tahap perancangan selesai, maka dilakukan pengujian yang terdiri dari tiga tahapan. Pertama dilakukan pengujian menggunakan metode kualitatif yaitu melakukan wawancara kepada M. Bahroen selaku ilustrator *board game* di *Hompimpa Games*. Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan konsep *artwork* pada *board game Journey of Bengok* sudah sesuai dengan tema yang dibawakan, serta ilustrasi yang disajikan terkesan simpel, rapi, serta mudah dipahami berkat penerapan *style flat design* yang digunakan. Kemudian ilustrasi pada kemasan dan papan pemain sudah dapat membantu pemain dalam mendapatkan gambaran kondisi rawa, meskipun masih bisa ditambahkan makhluk hidup atau aktivitas manusia agar ilustrasi yang ditampilkan terlihat lebih hidup. Proses pengujian dengan ahli ilustrasi dapat dilihat pada Gambar 21.



Gambar 21. Proses pengujian dengan ahli ilustrasi

Tahap kedua dilakukan dengan metode kualitatif, yaitu melakukan wawancara kepada *owner Bengok Craft*, yaitu Firman Setyaji. Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan hasil bahwa perancangan *artwork* pada board game *Journey of Bengok* telah sesuai dengan visual branding dari *Bengok Craft* yang mengusung konsep minimalis serta dapat mewakili pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh *Bengok Craft* kepada calon konsumennya.

Tahap ketiga dilakukan dengan metode kuantitatif melalui kuesioner dengan skala likert untuk mendapatkan hasil yang valid dari 30 *target audience* dengan rentang usia 20-25 tahun di Salatiga. Skala likert merupakan suatu skala penilaian yang menyajikan

pilihan untuk mengukur tingkat persetujuan terhadap sesuatu (Maryuliana dkk, 2016). Skala likert memiliki empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor atau nilai yang merepresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap dan perilaku (Setyawan & Walter, 2018). Kuesioner yang dibagikan terdiri dari beberapa pilihan, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju, (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Hasil dari kuesioner yang telah dijawab *audience* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Skor kuesioner skala likert

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Warna pada logo game ini sudah menarik	73%	27%	0%	0%
2.	Warna pada kemasan game ini sudah menarik	63%	37%	0%	0%
3.	Warna pada karakter sudah menarik	60%	40%	0%	0%
4.	Warna pada papan rawa sudah menarik	63%	37%	0%	0%
5.	Warna pada enceng gondok sudah menarik	53%	47%	0%	0%
6.	Warna pada papan kerja sudah menarik	53%	47%	0%	0%
7.	Warna pada produk sudah menarik	57%	43%	0%	0%
8.	Warna pada kartu kebutuhan pasar sudah menarik	63%	37%	0%	0%
9.	Saya menyukai jenis huruf yang digunakan pada kemasan	63%	37%	0%	0%
10.	Saya dapat membaca teks pada kemasan dengan baik	73%	27	0%	0%
11.	Saya dapat melihat angka pada papan rawa dengan baik	60%	30%	10 %	0%
12.	Saya dapat melihat angka pada dadu cuaca dengan mudah	50%	43%	7%	0%
13.	Saya dapat membaca huruf dan angka di papan pemain	57%	43%	0%	0%
14.	Saya dapat membedakan jumlah eceng gondok	53%	40%	7%	0%
15.	Saya menyukai desain karakter pada game ini	67%	33%	0%	0%
16.	Saya menyukai desain pakaian yang digunakan karakter	47%	53%	0%	0%
17.	Saya menyukai bentuk logo pada game ini	60%	40%	0%	0%
18.	Saya merasa tertarik ketika melihat desain pada kemasan	60%	37%	3%	0%
19.	Saya merasa tertarik ketika melihat desain papan rawa	60%	40%	0%	0%
20.	Saya merasa tertarik ketika melihat desain papan kerja	60%	37%	3%	0%

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
21.	Saya menyukai game ini karena memiliki tampilan yang modern dan minimalis	43%	57%	0%	0%
22.	Saya menyukai gambar pada enceng gondok	47%	50%	3%	0%
23.	Saya menyukai gambar pada produk	53%	47%	0%	0%
24.	Saya mendapatkan gambaran kondisi sebuah rawa	57%	30%	13%	0%
25.	Saya dapat mengidentifikasi gambar cuaca pada dadu	47%	50%	3%	0%
26.	Saya dapat mengidentifikasi gambar produk dengan mudah	53%	43%	3%	0%
27.	Saya memahami informasi pada kartu kebutuhan pasar	53%	47%	0%	0%
28.	Elemen ilustrasi yang digunakan dapat membantu saya dalam mengetahui identitas visual dari <i>Bengok Craft</i>	50%	47%	3%	0%

Dari hasil kuesioner yang dibagikan diperoleh data dari rata-rata setiap kategori, sebanyak 90% *audience* setuju warna yang digunakan pada *board game* sudah menarik, sebanyak 89% *audience* menyukai *font* yang digunakan dan dapat terbaca dengan baik, sebanyak 89,5% menyukai desain pada karakter pemain, sebanyak 89% merasa tertarik dengan tampilan desain pada *board game* yang bernuansa simple minimalis, sebanyak 87% dapat memahami informasi yang disajikan melalui gambar dan ikon pada *board game*, dan sebanyak 86% *audience* terbantu dalam mengetahui identitas visual dari *Bengok Craft*.

Berdasarkan pengujian tersebut, didapatkan hasil bahwa target *audience* menyukai tampilan pada *board game Journey of Bengok* karena terlihat *simple* dan pemilihan warna-warna yang cerah membuat *audience* semakin tertarik untuk memainkan *board game*. selain itu, *audience* dapat terbantu dalam memahami alur permainan sekaligus mendapatkan gambaran dari proses bisnis *Bengok Craft* melalui ilustrasi yang ditampilkan. Pada beberapa bagian, ukuran *font* yang digunakan terlalu kecil, sehingga menyebabkan *audience* kesulitan dalam membaca teks dan angka yang tertera pada *board game*.

KESIMPULAN

Media promosi merupakan salah satu elemen penting dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis, yang berfungsi untuk menarik perhatian calon konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada. Identitas visual dari suatu *brand* yang kemudian dituangkan melalui media promosi dapat membantu *brand* dalam meningkatkan *brand awareness* konsumen, yang nantinya dapat meningkatkan hubungan antara *brand* dengan konsumennya.

Board game Journey of Bengok merupakan sebuah inovasi pada media promosi yang berfungsi untuk mengenalkan proses bisnis serta penerapan identitas visual dari *Bengok Craft*, sehingga masyarakat dapat terbantu dalam mendapatkan gambaran proses bisnis yang dilalui oleh *Bengok Craft*. *Board game Journey of Bengok* berhasil mendapatkan respon positif dari berbagai pihak dan telah diikutsertakan dalam berbagai *event* yang diikuti oleh *Bengok Craft*, seperti pameran dan *workshop*, sehingga sangat memungkinkan untuk dilakukan pengembangan lebih lanjut, seperti mengembangkan

board game dengan fitur *augmented reality* atau menambahkan inovasi dan terobosan visual lain untuk *brand identity*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, M., & Menul Teguh Riyanti (2016). Tren *Flat Design* Dalam Desain Komunikasi Visual. Jurnal Dimensi DKV Vol. 1-No.1 April 2016.
- Conarta, Sintya (2015). Perancangan *Brand Building* Dan Media Promosi Untuk *Properpouch* di Surabaya. VICIDI, Vol. 03 (No. 03), 18–28.
- Fitriani, E. (2019). *Motion Graphic Flat Design* Sebagai Media Kampanye Anti *School Bullying* Pada Anak di Kota Batu, Malang. Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Hendrawan, A., Christyan Budi Susilo, dan Cherly Barbara (2018). Perancangan *Board Game* Sebagai Media Penanaman Moral Bagi Anak Usia 6-9 Tahun Melalui Pendekatan Pendidikan Agama Kristen. Artika Vol.3, No.1 Juli 2018.
- Himmamie, Y., Sapto Adi, & Suci Puspita Ratih (2019). Pengembangan Permainan Papan (*Board Game*) Edukatif Sebagai Media Promosi Kesehatan Gigi dan Mulut pada Anak Usia Sekolah. In *Sport Science and Health* | (Vol. 1, Issue 2): 2019.
- Istianto, T. (2013). Perancangan *Board Game* Tentang Bercocok Tanam Di Rumah. Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna, vol. 1, no. 2, 2013.
- Maryuliana, Imam Much Ibnu Subroto, dan Sam Farisa Chairul Haviana (2016). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert. Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika (TRANSISTOR EI), Vol. 1 (No. 2).
- Prasetyo, R. H. (2019). Perancangan Identitas Visual Dan Aplikasinya Pada Media Promosi Produk Umkm Pizza Laila Pati.
- Pudrianisa, S. G., & Rizky. (2020). Board Game Arkeologi sebagai Media Komunikasi Pemasaran Efektif. Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema, Volume 2, No. 2, Maret 2020, hal. 130-136.
- Sarwono, Jonathan, dan Harry Lubis, 2007, Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Setiabudi, F. B. (2013). Perancangan *Visual Artwork* pada *Game Simulasi Food Web* Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Setyawan, R. A., & Walter F. Atapukan. (2018). Pengukuran *Usability Website E-Commerce* Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert. Universitas Janabadra. Vol. 7, pp. 54–61, 2018.
- Weirian, J. (2018). Perancangan *Visual Artwork Board Game* Edukasi Membangun Sikap Toleransi. Jurnal Imajinasi Vol. XIII No. 2 - Juli 2019