BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi menjadi langkah yang sangat penting dalam suatu proses perancangan dan berpengaruh terhadap hasil yang dilakukan ketika penyampaian pesan terhadap khalayak sasaran. Strategi Perancangan yang dibuat ini terkait Adaptasi cerita rakyat Mundinglaya Di Kusumah menjadi sebuah *board game* yang edukatif dan menghibur. Pesan atau informasi yang disampaikan pada perancangan ini meliputi pesan kebaikan dan keburukan dalam cerita rakyat yang dapat diaplikasikan dalam fitur yang terdapat dalam permainan tersebut. Hal ini dapat berkembang dengan mengeluarkan edisi berikutnya, namun dalam perancangan kali ini difokuskan pada edisi pertama. Dengan menerapkan strategi perancangan ini diharapkan khalayak sasaran dapat belajar sambil bermain melalui permainan yang terinspirasi dari sebuah cerita rakyat.

III.1.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran perlu ditentukan agar informasi dapat tersampaikan dengan efektif kepada target yang dituju. Adapun segmentasi masyarakat yang dituju adalah sebagai berikut:

- Demografi

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan.
Usia : Remaja awal dan akhir.
Pendidikan : SMP dan SMA.
Ekonomi : Mengengah keatas.

- Psikografis

Secara psikografis khalayak sasara yang dituju adalah remaja awal dan akhir yang senang bermain. Bermain disini sebagai hiburan untuk mengisi waktu luang bersama teman-teman.

- Geografis

Secara geografis, target audience yang ditentukan adalah masyarakat yang berada di wilayah perkotaan. Karena pada umumnya diperkotaan sudah banyak menjamur permainan berbasis digital dan online, oleh karena itu *board game* dapat masuk ke wilayah ini dan beradaptasi.

- *Journey*

Journey adalah kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh khalayak sasaran. Mulai dari bangun tidur di pagi hari, beraktifitas di siang hari sampai kembali tidur di malam hari. Journey ini di gunakan untuk mengetahui mengenai objek apa saja yang ditemui, dilihat, dan digunakan oleh target audience. Sehingga dapat diketahui objek apa saja yang berpotensi untuk digunakan dalam kegiatan perancangan ini. Adapun *journey* dari khalayakak sasaran adalah sebagai berikut:

Tabel III.1 *Consumer Journey*
(Sumber: Dokumen Pribadi)

No.	Aktivitas	Waktu	Tempat	Point of Contact
1	Bangun Tidur	Pagi	Kamar Pribadi	Kasur, Bantal, Smartphone
2	Berdiam Sejenak			Handphone
3	Mandi		Kamar Mandi	Peralatan Mandi, Bak mandi, Wastafel
4	Bersiap		Kamar Pribadi	Lemari, Pakaian
5	Sarapan		Ruang Makan	Peralatan makan
6	Berangkat		Jalanan	Sticker, Poster.
7	Tiba di Sekolah		Sekolah	Handphone, Buku, Kertas, Pensil, Pulpen, Tas, Kaca
8	Istirahat	Siang		Handphone, Buku, Sticker, Poster,
9	Masuk Kelas			Buku, Kertas, Pensil, Pulpen, Gantungan Tas
10	Waktu Luang Nongkrong atau Les		Tempat Umum	Handphone, Buku, Makanan, Minuman, Jajanan Cermin, Sticker,

		Sore		Poster, Gantungan Tas
11	Pulang		Jalanan	Billboard, Spanduk, Sticker, Poster.
12	Tiba di Rumah		Rumah	Sofa, Televisi, Musik, Handphone.
13	Bersantai		Ruang Keluarga, Kamar Pribadi	Handphone,Laptop,PC, Televisi, Sofa, Speaker, Buku,Game, majalah.
14	Bersiap Tidur	Malam	Kamar mandi, Kamar Pribadi	Handphone,Laptop,PC, Televisi, Sofa,Sikat Gigi, Cermin, Kasur, Selimut.
15	Tidur malam		Kamar Pribadi	Handphone, peralatan tidur

Setelah melihat *Journey* yang telah dituliskan diatas dapat dilihat bahwa beberapa objek dapat menjadi pendukung karena sering digunakan maupun dilihat oleh khalayak sasaran. Objek tersebut diantaranya Handphone, laptop, internet, poster, sticker, dan benda yang sering digunakan dirumah seperti di ruang makan.

- *Insight*

  Consumer Insight adalah reaksi serta emosi konsumen terhadap suatu produk, jasa, service, sales, promosi yang ditawarkan kepada konsumen.

  Untuk perancangan *board game* mengenai cerita rakyat Mundinglaya Di Kusumah ini, khalayak sasaran yang dituju yaitu remaja awal dan akhir, dengan status ekonomi mengengah keatas, dan sering berkumpul atau bersama teman-teman pada saat waktu luang maupun saat libur. Berikut ini adalah *insight* dari khalayak sasaran :

  - Senang dan gemar bermain, baik permainan ataupun sekedar bersama-sama pada saat luang.
  - Bosan atau jenuh dengan permainan yang serba digital.
  - Senang berinteraksi satu sama lain dalam banyak hal.
  - Tidak takut akan hal-hal yang baru.
  - Tidak suka menyendiri.

III.1.2 Strategi Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang tehadap orang lain. Pedendekatan perlu dilakukan untuk meyakinkan bahwa pesan dapat tersampaikan dengan efektif, selain itu pesan juga harus menginformasikan apa saja yang menonjol dan kelebihan produk dibandingkan produk lainnya. Pengaruh pesan tidak hanya tergantung pada apa yang diutarakannya saja, melainkan juga bagaimana cara mengutarakannya. Pendekatan tersebut dikomunikasikan melalui pendekatan visual, verbal dan gaya bahasa yang dipaparkan berikut ini :

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan verbal adalah cara menyampaikan pesan melalui bahasa dan kata-kata kepada khalayak sasaran yang dituju. Sebelum menetapkannya, terlebih dahulu harus disesuaikan dengan khalayak sasaran, agar pesan dapat tersampaikan dan mudah diterima oleh khalayak sasaran tersebut. Bahasa yang digunakan sebagian besar adalah bahasa Indonesia. Meskipun ini dirancang untuk remaja di Bandung, tetapi untuk diluar Bandung sendiri dapat memainkannya karena sebagian besar bagian menggunakan bahasa Indonesia.
- Pendekatan Visual

  Pedekatan Visual merupakan cara menyampaikan pesan melalui gambar-gambar atau foto. Gaya yang digunakan disesuaikan dengan tema dan khalayak sasaran yang dituju. Karakter dalam cerita rakyat Mundinglaya Di Kusumah tidak lagi digunakan, melainkan hanya nilai-nilai dan beberapa sifat yang ada didalam cerita sehingga dikembangkan menjadi karakter baru.
- Gaya Bahasa

  Gaya bahasa merupakan gaya yang digunakan dalam penyampaian verbal, banyak gaya yang terdapat dalam bahasa Indonesia. Untuk *board game* yang dirancang, gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia tidak terlalu baku. Bahasa yang digunakan juga harus bahasa yang biasa digunakan oleh khalayak sasaran sehari-hari. Hal ini dikarenakan agar pesan semakin mudah diterima oleh khalayak sasaran.

III.1.3 *Mandatory*

Perancangan *board game* berbasis nilai-nilai dalam cerita rakyat Mundinglaya Di Kusumah ini, bekerja sama dengan Manikmaya Games sebagai *published board game* Perintah Langit.



Gambar III.1 Logo Manikmaya Games
(Sumber: http://www.duniaku.net/2013/11/09/mat-goceng-card-game-bertema-batavia-dari-manikmaya-games/)

III.1.4 Strategi Kreatif

Dalam perancangan *board game* dibutuhkan sebuah strategi yang mampu menarik perhatian sekaligus mempermudah proses penyampaian pesan kepada khalayak sasaran dengan baik. Informasi diberikan kepada khalayak umum yang sering bermain bersama bersama teman-temannya dan tentunya senang juga bermain permainan. Karena tujuan utama perancangan ini adalah membuat khalayak sasaran bermain sambil belajar. Berikut strategi yang digunakan dalam proses perancangan ini diantaranya adalah :

- *Copywriting*

  Teknik ini digunakan untuk menentukan judul pada *board game*. Judul pada perancangan ini adalah “Perintah Langit”. Judul ini diambil dengan melihat inti dari permainan ini yang mewajibkan setiap pemain mengikuti apa yang terdapat pada setiap kartu. Untuk kata langit diambil dari bagian cerita rakyat yaitu ketika Mundinglaya menuju langit untuk mendapatkan pusaka.

- *Tagline*

  Tagline merupakan sebuah rangkaian kalimat pendek yang digunakan untuk mengasosiasikan sebuah Brand (merek) atau perusahaan di benak konsumen.

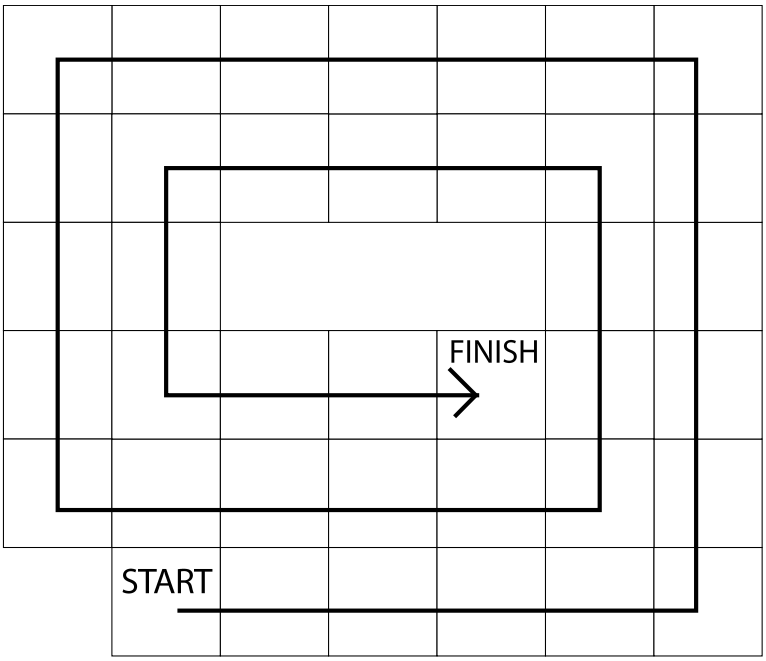
Tagline yang digunakan pada board game ini adalah “Ikuti Patuhi Mainkan”, hal ini ditentukan dari alur permainan itu sendiri, yaitu pemain harus mengikuti mekanismi yang telah dibuat, kemudian mematuhi setiap kartu perintah yang didapatkan untuk terus melaju.

- *Body Copy*

Merupakan isi konten dari kartu yang merupakan salah satu bagian dari *board game.* Dalam kartu juga menjelaskan beberapa peristiwa yang terdapat pada cerita rakyat Mundinglaya Di Kusumah dan kemudian menjadi kartu perintah.

- Mekanisme

Mekanisme merupakan kerangka bagaimana cara permainan itu berjalan atau cara memainkannya. *Board game* ini menggunakan dua mekanisme yaitu *Dice Rolling* yang menggunakan lemparan dadu sebagai penentu langkah pemain, dan *Campaign* yang membuat para pemain harus melakukan aksi sesuai kartu yang telah didapatkan. Berikut adalah mekanisme yang berjalan pada *board game.*



Gambar III.2 Sistem Mekanisme
(Sumber: Dokumen Pribadi)

- Visualisasi

Visualisasi dilakukan untuk menggambarkan latar cerita yang sebelumnya terdapat dalam sebuah buku yang minim memiliki gambar, penggambaran dilakukan dengan menyesuaikan tempat-tempat yang ada dalam cerita rakyat Mundinglaya Di Kusumah. Sedangkan Pion karakter dibuat berdasarkan beberapa sifat yang terdapat dalam cerita.

III.1.5 Strategi Media

Strategi media diperlukan dalam perancangan *board game* yang diadaptasi dari cerita rakyat Mundinglaya Di Kusumah ini agar dibuat menajadi lebih sederhana dan mudah dipahami, tidak berat seperti ceritanya sendiri. Pada zaman sekarang media menjadi peran untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak sasaran yang dituju. Sedangkan tujuan utama dibuatnya media ini adalah untuk menjadi sarana hiburan bagi remaja yang hidup dilingkungan serba digital dan sangat minim termuat interaksi didalamnya. Meskipun sekarang sudah menjadi era digital, ada baiknya untuk mempertahankan permainan yang melibatkan interaksi langsung sesama pemainnya. Dalam perancangan ini akan di bagi kedalam 2 jenis media, yaiu media utama dan media pendukung. Berikut adalah strategi media yang kana digunakan dalam perancangan informasi ini :

- **Media Utama**

  Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah seperangkat *board game* lengkap beserta kartu perintah, pion karakter, dan dadu sebagai penentu langkahnya. Pemilihan *board game* yang dimainkan secara langsung tidak lain karena maraknya menyebar permainan berbasis online dan digital. Hal ini menyebabkan berkurangnya interaksi secara langsung dalam permainan. Dalam *board game* ini pemain dapat berinteraksi langsung mengikuti alur permainan, menang atau kalah, terkena jebakan. Pemain dapat melihat semua itu secara langsung dengan mata dan bersifat nyata. Meskipun tidak kadang saling ejek akan terjadi, namun itu semua tidak akan sampai berujung perkelahian yang serius, melainkan pertemanan yang semakin erat.

- **Media Pendukung**

  Media pendukung dibuat untuk memperkuat peran media utama. Agar pesan sampai lebih baik, beberapa media pendukung perlu dibuat untuk menginformasikan, mempromosikan ataupun media yang bersifat pengingat. Berikut adalah beberapa media pendukung yang akan dibuat dalam proses perancangan ini ialah :

- X-Banner

  Media ini digunakan sebagai informasi dari *board game* Perintah Langit yang berfungsi untuk mengajak orang yang melihat untuk mencoba permainan ini secara langsung. Penempatannya bisa diletakan saat membuka stand di acara bazar, dan bisa diletakan diatas meja untuk banner ukuran kecil, sedangkan untuk banner ukuran besar biasanya diletakan di depan pintu masuk.
- Poster

  Poster menjadi media pendukung yang berfungsi untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran. Poster disini dibagi menjadi dua, yaitu poster cetak untuk ditempatkan di mading ataupun tempat penyimpanan poster dan poster digital yang disebarkan secara online melalui beberapa sosial media.
- *Flyer*

  Flyer merupakan media pendukung yang disebarkan kepada orang yang berjalan di sekitar keramaian. Media ini dapat dibagikan pada tempat-tempat tertentu yang banyak dikunjungi orang. Hal ini memudahkan khalayak untuk mengetahui tentang produk yang sedang dipromosikan.
- Stiker

  Stiker dibuat karena kegunaannya sebagai penambah kekosongan pada suatu barang. Hal ini dapat dibawa kemana-mana sehingga dapat memperluas penyebaran informasi apabila stiker ini terlihat oleh orang-orang disekitarnya penggunanya.

- Kaos

  Kaos menjadi media pendukung yang selalu ada, karena kegunaannya yang bisa dipakai sehari-hari dan dimanapun itu. Kaos bisa dibuat sederhana namun sedikit mencolok untuk menimbulkan rasa penasaran.

- Pembatas Buku

  Media ini merupakan pembatas yang diletakkan para buku yang berfungsi sebagai pengingat. Momen pengingat disini dapat diisi dengan media pendukung agar dapat mengingatkan khalayak sasaran tentang produk.

- Gantungan Kunci

  Sama halnya dengan mug, namun gantungan kunci berfungsi lebih luas karena bisa dibawa kemanapun dengan terlihat oleh orang-orang disekitar. Hal ini membuat gantungan kunci menjadi salah satu media pendukung yang penting.

- *Tote Bag*

  Tote bag digunakan sebagai wadah untuk memawa sesutatu. Dalam hal ini juga dapat digunakan sebagai bagian dari kemasan produk agar lebih mudah untuk dibawa. Benda ini memiliki kesederhanaan baik dalam segi bentuk maupun bahannya. Hal ini membuat media ini menjadi salah satu benda yang diinginkan oleh khalayak sasaran sebagai koleksi.

- *Online Banner*

  Media ini di digunakan untuk mengarahkan khalayak sasaran untuk mendapatkan informasi tambahan mengenai produk. Online banner ini biasanya di pasang di situs-situs web umum.

- Sosial Media

  Sosial media sudah menjadi wadah bagi setiap orang untuk berbagi informasi didunia maya. Pada zaman sekarang setiap orang memiliki akun sosial media seperti facebook dan instagram. Pada celah inilah media pendukung dapat masuk untuk menyebarkan informasi terkait *board game* perintah langit. Sosial media juga merupakan salah satu alat promosi yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas.

III.1.6 Strategi Distribusi

Agar penyampaian informasi berjalan dengan baik, maka pendistribusian media dilakukan selama 4 bulan, yaitu April - Juli. Pada saat pelaksanaannya, proses distribusi ditentukan berdasarkan hari-hari penting pada setiap bulannya. Berikut hari-hari penting tersebut :

- 8 Juli

  Merupakan hari video game sedunia.

- 12 Agustus

  Merupakan hari remaja internasional.

- 3 September

  Merupakan penyelenggaraan acara *Toys & Games Republic* dan sekaligus perilisan Perintah Langit.

Tabel III.2 Strategi Distribusi
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Media	Juli				Agustus				September			
Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Media Utama												
X-Banner												
Poster												
Flyer												
Sticker												
Kaos												
Pembatas Buku												
Sosial Media												
Oline Banner												
Gantungan Kunci												
Tote Bag												

III.2 Konsep Visual

Konsep desain pada perancangan ini menggunakan bentuk dan warna yang menggambarkan kesan bersahabat, kebersamaan, serta kehangatan. Hal ini dibuat senyaman mungkin agar informasi dapat sampai dan diterima oleh khalayak sasaran dengan baik. Unsur-Unsur visual seperti warna, huruf, bentuk, serta *layout* digunakan dalam perancangan *board gam*e ini. Kemudian memuat karakter yang diambil dari beberapa karakter yang memiliki esensi penting dalam cerita, dan dilakukan adaptasi untuk memunculkan karakter baru.

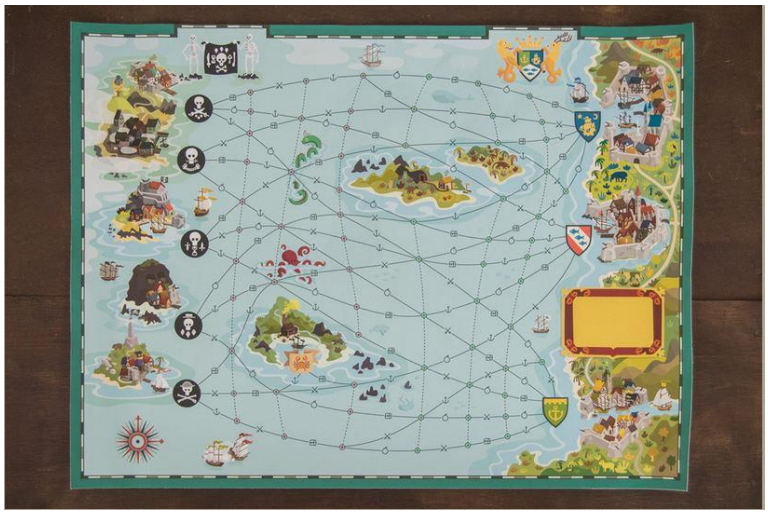
III.2.1 Format Desain

Format permainan ini dibuat tidak jauh seperti *board game* lainnya. Namun konsep diperlukan untuk menentukan format yang akan dibuat. Berikut adalah format yang dibuat dalam *board game* ini :

Media : *Board Game*
Orientasi : Landscape
Ukuran : 30cm x 40cm
Komponen : *Board*, Kartu, Dadu, dan Pion

III.2.2 Tata Letak (*layout)*

Perancangan tata letak untuk *board game* ini dirancang meliputi penempatan gambar, teks, serta elemen visual dengan penempatan kartu yang berada pada papan utamanya. Penempatan ini dibuat agar kartu yang telah dikocok dapat diletakan dan mudah diambil bagi seluruh pemainnya. Pujiriyanto (2005: 71) mengatakan bahwa *Layout* adalah sebuah sket rancangan awal untuk menggambarkan organisasi unsur-unsur komunikasi grafis yang akan disertakan. Usaha untuk menyusun, menata dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, persuasif, menarik perhatian dan mendukung pencapaian tujuan secara cepat dan tepat dikenal dengan istilah tata letak. Oleh karena itu unsur-unsur yang akan dibuat menjadi sebuah susunan layout harus memiliki dasar serta referensi yang dapat disesuaikan agar informasi dapat disampaikan pada khalayak sasaran dengan baik.



Gambar III.3 Referensi *Visual Layout*
(Sumber: https://www.behance.net/gallery/24296383/Rumsmuggler-Board-Game)



Gambar III.4 *Layout* Perintah Langit *Board Game*
(Sumber: Dokumen Pribadi)

III.2.3 Huruf

Huruf merupakan tanda aksara dalam tata tulis yang merupakan anggota abjad yang melambangkan bunyi bahasa. Huruf memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi melalui visual. Menurut Sihombing (2001: 58) Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi adalah

sifat verbal dan properti visual dan efektif. Bentuk dan karakter huruf menggambarkan citra yang akan dibangun. Huruf yang dipilih juga selain mendukung visual yang sudah dibuat, huruf harus mudah untuk dibaca. Berikut adalah kegunaan huruf dalam perancangan:

- **Judul**

  Huruf yang digunakan dalam perancangan *board game* ini adalah font yang bernama "*Queen of Camelot*" untuk media yang berjudul "Perintah Langit". huruf ini memiliki bentuk yang solid namun menimbulkan kesan kokoh.



Gambar III.5 Tipografi Judul Teks
(Sumber: Dokumen Pribadi)

- ***Body Text***

Untuk *body text* font yang digunakan bernama "GeosansLight" yang memiliki bentuk yang tipis dan memberikan kesan efisien dan bersahabat. Huruf ini juga dapat dibaca dengan baik ketika diperkecil. Huruf ini digunakan pada kartu dimana kartu-kartu tersebut merupakan kartu perintah.



Gambar III.6 Tipografi *Body Text*
(Sumber: Dokumen Pribadi)

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu bagian penting dalam visual. Dalam hal ini ilustrasi mencakup banyak aspek seperti garis, bentuk yang dapat dipadukan untuk memunculkan kesan yang sesuai bagi khalayak sasaran yang dituju. menurut Adi Kusrianto (2007 : 140) mengatakan bahwa illustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Untuk menyampaikan informasi secara lebih jelas kepada khalayak, maka selain huruf sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, ilustrasi juga penting dogunakan. Hal ini ditunjukkan agar khalayak sasaran lebih mengerti dan dapat mengikuti informasi yang akan disampaikan.

- Garis

  Garis yang digunakan dibuat dengan kesan bersahabat, serta tidak terlalu tegas. Itulah mengapa garis lebih dominan oleh lengkungan dan tidak memiliki banyak sudut lancip. Garis-garis seperti ini dapat ditemukan dalam kartun-kartun yang menceritakan tentang persahabatan.



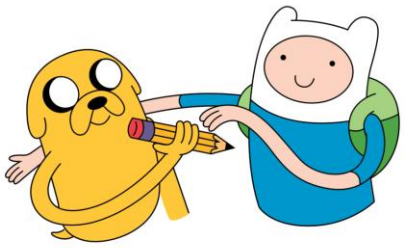
Gambar III.7 Referensi Garis
(Sumber: www.alabn.comwpwp-contentuploads201512cerita-komik-doraemon-hdwallpaperscoolcom.jpg)



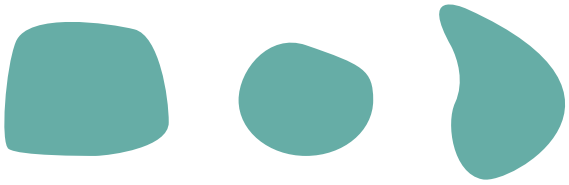
Gambar III.8 Garis Yang Dipilih
(Sumber: Dokumen Pribadi)

- Bentuk

Untuk menampilkan kesan santai dan bersahabat juga dapat ditunjukkan melalui bentuk yang dibuat tidak memiliki sudut yang lancip. Hampir sama seperti garis, bentuk-bentuk ini juga dapat dilihat dari berbagai macam serial kartun tentang pertemanan seperti Adventure Time.



Gambar III.9 Referensi Bentuk
(Sumber: www.projectpixelpress.com)



Gambar III.10 Bentuk Yang Dipilih
(Sumber: Dokumen Pribadi)

- Karakter

Studi ini dilakukan untuk memunculkan karakter baru yang tercipta dari beberapa sifat yang dimiliki oleh tokoh dalam cerita Mundinglaya Di Kusumah. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan karakter dengan latar permainan yang baru, tetapi walaupun begitu seluruh unsur dalam permainan merupakan alur cerita dan kandungan nilai yang terdapat dalam cerita rakyat Mundinglaya Di Kusumah. "*The thing that you as the character designer must remember is that the characters are always in service to the story"* (Tillman, 2011 : 5) yang artinya adalah sesuatu yang harus diingat oleh kamu sebagai desainer karakter adalah bahwa karakter akan selalu memiliki jasa didalam cerita. Hal ini menunjukan bahwa karakter merupakan komponen yang penting didalam suatu cerita, tidak terkecuali dalam suatu permainan.

1. Maku

Maku merupakan singkatan dari Mundinglaya Di Kusumah. Maku merupakan karakter utama dalam permainan ini. Beberapa sifat yang dimiliki oleh Mundinglaya akan menjadi ide yang membuat karakter baru. Sifat-Sifat tersebut adalah :

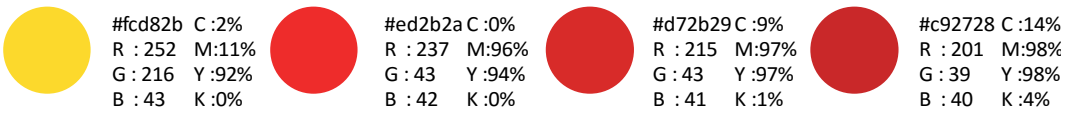
- Berani
- Pejuang
- Semangat yang membara
- Kuat



Gambar III.11 Referensi Visual 1
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar III.12 Referensi Visual 2
(Sumber: img.duniaku.netwp-contentuploads201504karakter-terkuat-dragon-ball-goku-super-saiyan-god.png)



Gambar III.13 Warna Dominan 1
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Setelah melihat kedua gambar referensi tersebut, maka dapat dipilih beberapa warna yang dominan sehingga dapat diaplikasikan kepada karakter Maku yang akan dibuat. Elemen api dijadikan sebagai bentuk utama yang menggambarkan ke empat sifat Mundinglaya. Warna yang digunakan yaitu warna-warna hangat hingga panas. Panas disini adalah kobaran semangat, perjuangan, keberanian, dan kekuatan sebagai karakter utama. pada karakter ini ada beberapa sudut yang lancip, ini berfungsi sebagai penegas bahwa Maku merupakan karakter utama. Menurut filosofi Jawa, ada 8 sifat yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin. salah satunya adalah Dahana, yang berarti api. Secara alami, api memiliki sifat panas, dan dapat membakar. Seorang pemimpim memiliki sifat pembakar semangat, pengobar semangat, dan memberikan motivasi terhadap seluruh masyarakat dan bawahannya.



Gambar III.14 Karakter Maku
(Sumber: pribadi)

2. Deas

Deas merupakan singkatan dari Dewi Asri yang merupakan kekasih dari Mundinglaya, dan mereka telah dijodohkan sejak dari kandungan. Namun mereka sulit sekali bersama karena banyaknya konflik yang terjadi. Dalam karakter Deas, beberapa sifat yang dimiliki oleh Dewi Asri akan diangkat dan dijadikan karakter baru seperti halnya Mundinglaya yang menjadi Maku. Sifat-Sifat tersebut adalah :

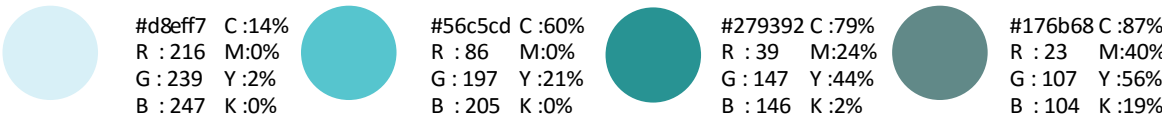
- Sabar
- Tenang
- Lemah lembut



Gambar III.15 Referensi Visual 3
(Sumber: httpsphotopanorama.files.wordpress.com201409quiet-lake-3-hortongrou.jpg)

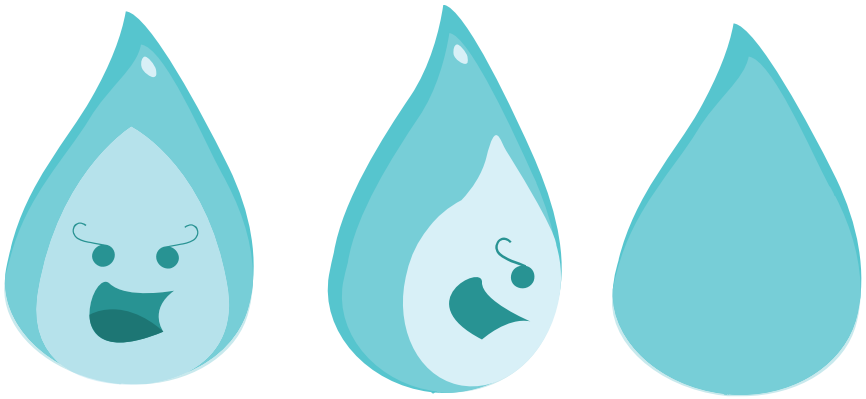


Gambar III.16 Referensi Visual 4
(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar III.17 Warna Dominan 2
(Sumber: Dokmen Pribadi)

Air merupakan senyawa yang bersifat tenang dan mengikuti jalurnya. Air akan dijadikan elemen yang akan membentuk karakter Deas. Hal ini dibuat karena sifat Dewi Asri begitu tenang, sabar, lemah lebut seperti air yang mengalir dan memberikan ketenangan.



Gambar III.18 Karakter Deas
(Sumber: Dokumen Pribadi)

3. Seya

Seya merupakan singkatan dari Sunten Jaya yang merupakan anak angkat dari Guru Gentangan yang merupakan saudara Mundinglaya. Sunten Jaya sangatla memiliki sifat yang serakah. Dia ingin merebut Dewi Asri dan memfitnah bahwa Mundinglaya Sudah Meninggal. Karakter Seya Akan dibuat berdasarkan sifat yang dimiliki oleh Sunten Jaya. Sifat-Sifat tersebut adalah :

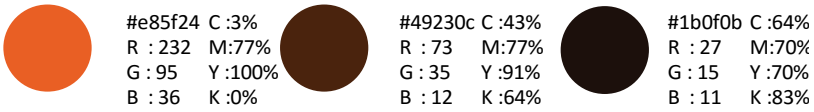
- Serakah
- Profokatif



Gambar III.19 Referensi Visual 5
(Sumber: httptheembryoman.comimagessite_graphicsChapter_27Mud.jpg)



Gambar III.20 Referensi Visual 6
(Sumber:
httpimg10.deviantart.netf36bi201120172mud_monster_by_transculturelle-d414u8b.jpg)



Gambar III.21 Warna Dominan 3
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Lumpur adalah perpaduan antara air dan tanah. Lumpur dapat menjebak siapa saja yang masuk kedalamnya, hal ini menyebabkan target akan semakin tertelan. Lumpur akan menjadi elemen yang menggambarkan Seya yang memiliki sifat yang serakah.



Gambar III.22 Karakter Seya
(Sumber: Dokumen Pribadi)

4. Nitri

Nitri adalah singkatan dari Nyimas Tejamantri yang merupakan salah satu selir dari ayah Mundinglaya yaitu Prabu Siliwangi. Nyimas Tejamantri juga merupakan ibu dari Guru Gentangan. Semua perjalanan serta kisah mundinglaya berawal dari fitnah yang dituduhkan oleh Nyimas Tejamantri kepada Mundinglaya. Hal ini menyebabkan Mundinglaya yang seharusnya hidup sebagai pangeran yang bahagia berubah menjadi hidup didalam kurungan penjara. Karakter Nitri akan dibuat berdasarkan sifat yang dimiliki oleh Nyimas Tejamantri. Sifat-Sifat tersebut adalah :

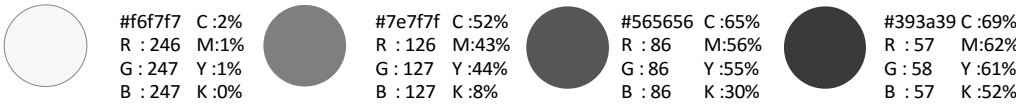
- Jahat
- Haus Kekuasaan
- Penghancur



Gambar III.23 Referensi Visual 7
(Sumber: httpstatic.republika.co.iduploadsimagesinpicture_slideilustrasi-_120507162549-454.jpg)

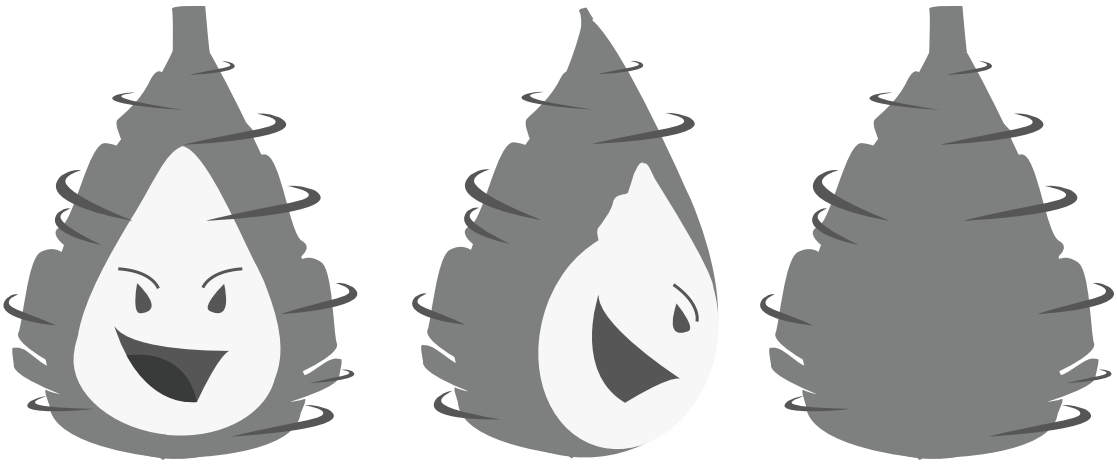


Gambar III.24 Referensi Visual 8
(Sumber: httptheobviousphoto.comimages20090410202731_murfreesboro%20tornado.jpg)



Gambar III.25 Warna Yang Dominan 4
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Angin Topan adalah pusaran angin kencang dengan kecepatan angin 120 km/jam atau lebih yang sering terjadi di wilayah tropis di antara garis balik utara dan selatan, kecuali di daerah-daerah yang sangat berdekatan dengan khatulistiwa. Apapun yang dilewatinya akan hancur bahkan bangunan dapat berubah menjadi puing-puing. Karakter Nitri akan dibuat berdasarkan gambaran angin topan. Hal ini karena Nyimas Tejamantri yang menghancurkan masa muda Mundinglaya yang berakhir di penjara.



Gambar III.26 Karakter Nitri
(Sumber: Dokumen Pribadi)

- **Kartu**

Kartu digunakan sebagai bagian dari *board game* yang didapatkan apabila pemain menginjak pijakan berlogo Perintah Langit. Sebelum permainan dimulai, seluruh kartu wajib dikocok secara acak. Kartu disini memiliki 3 jenis yaitu :

- Kartu Baik

  merupakan kartu yang diambil dari nilai kebaikan dalam cerita Mundinglaya Di Kusumah

- Kartu Buruk

  merupakan kartu yang dibuat dari nilai buruk dalam cerita, ada beberapa tambahan untuk menjadi tolak ukur.
- Kartu Spesial

  merupakan kartu pamungkas yang terdiri dari masing-masing karakter dengan efek yang berbeda-beda.

Jumlah keseluruhan kartu adalah 24 buah kartu yang terbagi atas 10 kartu baik, 10 kartu buruk, dan 4 kartu sisanya merupakan perlambang karakter yang telah dirancang.



Gambar III.27 Tampilan Kartu
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Warna pada kartu spesial merupakan perpaduan warna dari masing-masing karakter, sedangkan untuk kartu baik dan buruk menggunakan warna primer. Seluruh bagian belakang menggunakan warna yang sama agar pemain tidak bisa menebak akan mendapatkan kartu apakah.

- **Logo**



Gambar III.28 Logo Perintah Langit
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Logo yang digunakan pada perancangan ini merupakan gabungan antara simbol kujang dan layang-layang yang dibuat menjadi seperti sebuah permata rubi. Dalam sebuah game, rubi merupakan salah satu bagian yang penting dan menjadi tujuan untuk dikumpulkan. Kujang merupakan Pusaka andalan Kerajaan Galuh Padjajaran, yang menjadi pegangan raja-raja besar Galuh Padjajaran. Kujang dipilih menjadi bagian logo karena cerita Mundinglaya Di Kusumah menceritakan latar tempat yang berada di Kerajaan Padjajaran.

Sedangkan Permata dan layangan dibuat menjadi satu untuk melambangkan tujuan dalam cerita Mundinglayang Di Kusumah yaitu mencari "Pusaka Layangan Salaka Domas" yang untuk mendapatkannya diperlukan perjuangan yang sangat keras. Visual ini juga ditambahkan pada koin yang dibuat untuk pemain yang sudah mencapai *finish*.

- ***Board Game***

Latar tempat yang digunakan adalah pantai. Sedangkan pijakan yang digunakan adalah batu. Hal ini dibuat berdasarkan isi cerita Mundinglaya yang setelah menyebrangi lautan kemudian sampai disebuah pulau. Dalam pulau tersebut Mundinglaya Bertarung melawan raksasa dan kemudian menang. Setelah menang Mundinglaya berjalan menuju langit untuk mendapatkan pusaka Layang Salaka Domas dan bertarung dengan Sangkala Wisesa sang penjaga pusaka. Jesse Schell mengatakan bahwa "*Sometimes it is a card or*

board game that formed the cornerstone of their relationship with someone important to them" (2008 : 48) yang artinya terkadang permainan kartu atau *board game* itu dibentuk sebagai landasan hubungan dengan seseorang yang penting bagi mereka. Hal ini menunjukan bahwa dalam *board game* interaksi dapat terjadi untuk mempererat hubungan pertemanan atau dengan seseorang yang penting. Permainan ini dirancang untuk menumbuhkan interaksi antara pemainnya. Hal ini dibuat karena permainan-permainan digital yang modern sangat minim interaksi yang dilakukan para pemain saat mereka melakukan aktifitas bermain permainan. Dengan menggunakan bentuk yang didominasi oleh lengkungan dan perpaduan warna yang menggambarkan pertemanan atau keakraban. Elemen-elemen visual pendukung juga ditambahkan untuk menampilkan *board game* yang lebih hidup.



Gambar III.29 Tampilan Papan Utama Perintah Langit
(Sumber: Dokumen Pribadi)

III.2.5 Warna

Warna yang akan digunakan adalah warna-warna menampilkan warna yang dekat dengan khalayak sasaran, melambangkan kebersamaan, serta kehangatan. Hal ini ditentukan untuk membuat khalayak sasaran dapat bermain ketika mereka dalam waktu luang. Selain itu sisi kebersamaan ditunjukkan juga dengan warna agar

dapat menyesuaikan dengan keadaan. Dalam dunia branding, warna sangat berperan dalam mempengaruhi persepsi orang . Dalam hal ini, warna bisa berguna sebagai identitas yang membedakan antara merek satu dengan yang lain. Kemudian warna memiliki fungsi estetik yang menciptakan keindahan dalam *board game* ini.





Gambar III.30 Referensi Warna 1

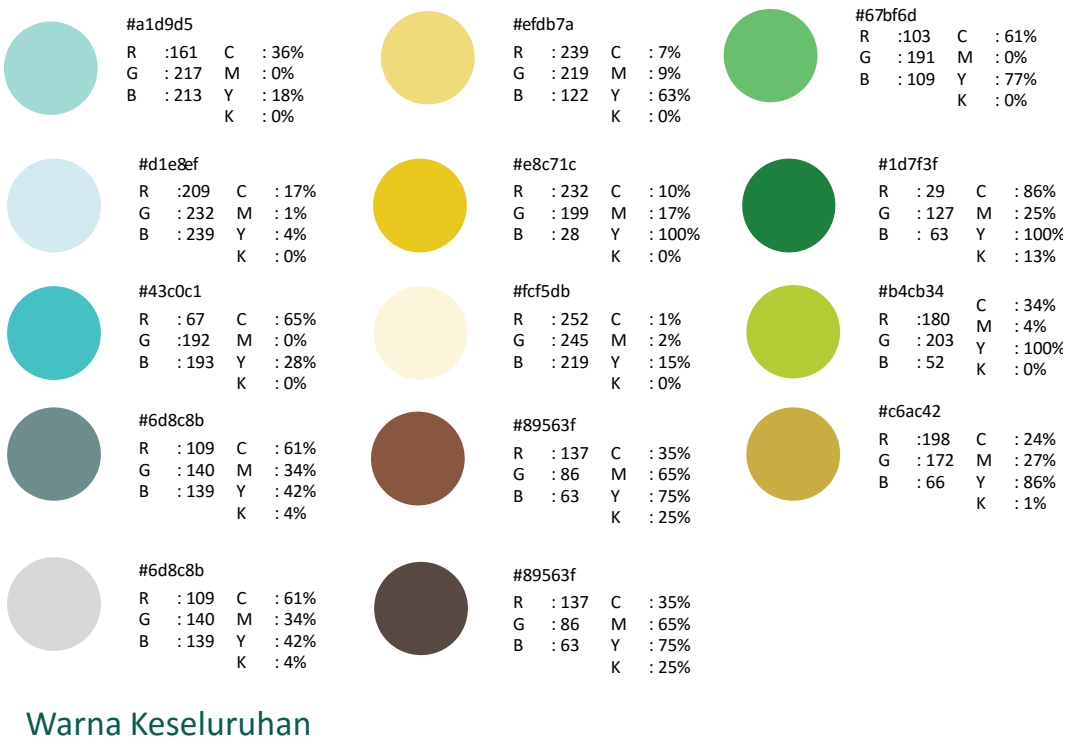
(Sumber: http://blog.uniwink.com/10-best-holidays-for-students/)





Gambar III.31 Referensi Warna 2

(Sumber: upload.wikimedia.orgwikipediaen00bNickelodeon_SpongeBob_SquarePants_Characters_Cast.png)



Gambar III.32 Warna Keseluruhan Yang Digunakan
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Adi Kusrianto mengatakan bahwa secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis (2007 : 47). pemilihan warna perlu diperhatikan, karena dengan memilih warna yang sesuai maka akan membantu dalam mengkomunikasikan informasi kepada khalayak sasaran. Selain kan menggambarkan citra yang akan dibangun, warna juga digunakan sebagai elemen estetis dan dapat disesuaikan dengan gaya visual yang telah dipilih melalu studi visual sebelumnya.