

Perancangan *Board game* Bertema Makhluk Mitologi dan Konsep Kosmologi Hindu Indonesia Menggunakan Gaya Anime Fantasi

Nabila Amalia Putri¹, Rabendra Yudistira Alamin²

Desain Komunikasi Visual – Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Kota Surabaya, Indonesia

Email: ¹nabila.ap2002@gmail.com, ²rabendra@its.ac.id

Abstract

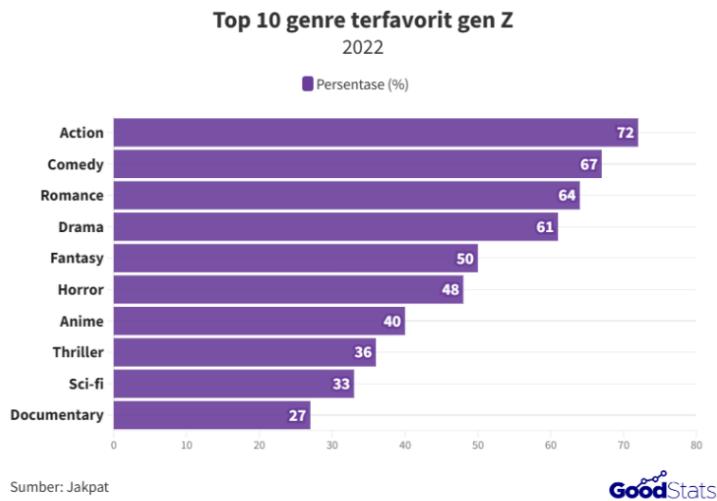
Fantasy content is one of the most popular media genres in Indonesia, the majority of which are based on local mythological themes. In a 2022 study, fantasy genre movies were included in Gen Z's favourite genre with a percentage of 50%. Based on other popular media studies in Indonesia, mythological themes have the potential to gain attention and enthusiasts if they are elevated into game media where the majority of enthusiasts are young people, especially games. Indonesian mythology has many stories and characters with unique forms and abilities, so it has the potential to be adapted to physical game media or board games. Board games are a type of game that is quite popular in the community, this is indicated by the spread of Board game cafes in major cities in Indonesia and the Indonesian Board game community which is still very active. In fact, on 1 August 2023, Kemenparekraf provided support for the Board game creative industry by discussing the preparation of the Indonesian Board game industry profile with APIBGI. This research uses various methods, including literature studies, existing studies, depth interviews, experimental studies, prototyping, and user testing that can be repeated as the design process progresses, then evaluating the designs that have been made. Based on the results of interviews, market studies, and literature, the target user age segmentation was narrowed to the range of 18-26 years old. This design created a Board game titled 'Kalpa', where players are challenged to maintain the balance of the world on the top of a giant turtle during one world period called Kalpa. Players must harmonise each celestial creature and item obtained by fulfilling the needs of each creature that has been summoned to achieve the highest score.

Keywords: mythology, mythological creatures, board game, commercial

Pendahuluan

Dalam masyarakat tradisional, mitologi memberikan garis besar tentang apa yang nyata dan penting bagi kehidupan sosial. Sejarah telah digunakan selama ribuan tahun sebagai media pengajaran budaya melalui cerita yang mengandung pesan moral. Namun, kisah-kisah ini telah ditransmisikan dari generasi ke generasi dan telah mengalami distorsi sehingga tidak lagi dapat diketahui kebenarannya (Weigel, 2024). Oleh karena itu, makhluk dari cerita mitologi tersebut memiliki kedekatan secara personal terhadap audiens sehingga berpeluang dijadikan unique selling point (USP). Wujud makhluk fantasi nan unik menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat. Terdapat banyak media hiburan lokal maupun internasional yang populer dengan unsur fantasi serta peran *hero* di ceritanya.

Berdasarkan data statistik survei yang telah dilakukan oleh Jakpat pada tahun 2022, menunjukkan bahwa film genre fantasi mendapat sebesar 50% genre terfavorit gen Z (Naurah, 2023).



Gambar 1. Daftar genre terfavorit menurut Gen Z
(Sumber: Goodstats, 2023)

Selain pada media film, media game dan komik juga memiliki pasar yang cukup besar untuk menggaet minat masyarakat usia muda, terutama genre fantasi dengan dasar mitologi tertentu, seperti *Onmyoji*, *Shin Megami Tensei*, *Mobile Legend* yang mengadaptasi makhluk mitologi dari berbagai macam tempat termasuk Indonesia sebagai hero di dalamnya. Selain itu, terdapat juga game lokal sejenis berjudul *Lokapala* dengan mengadaptasi tokoh, makhluk, dan budaya Nusantara sebagai ksatriya di dalamnya. Dalam *platform* webtoon, tercatat memiliki 6 juta pengguna aktif di Indonesia dengan 75% pembacanya berada pada usia 20 tahun atau lebih (Lestari & Irwansyah, 2020).

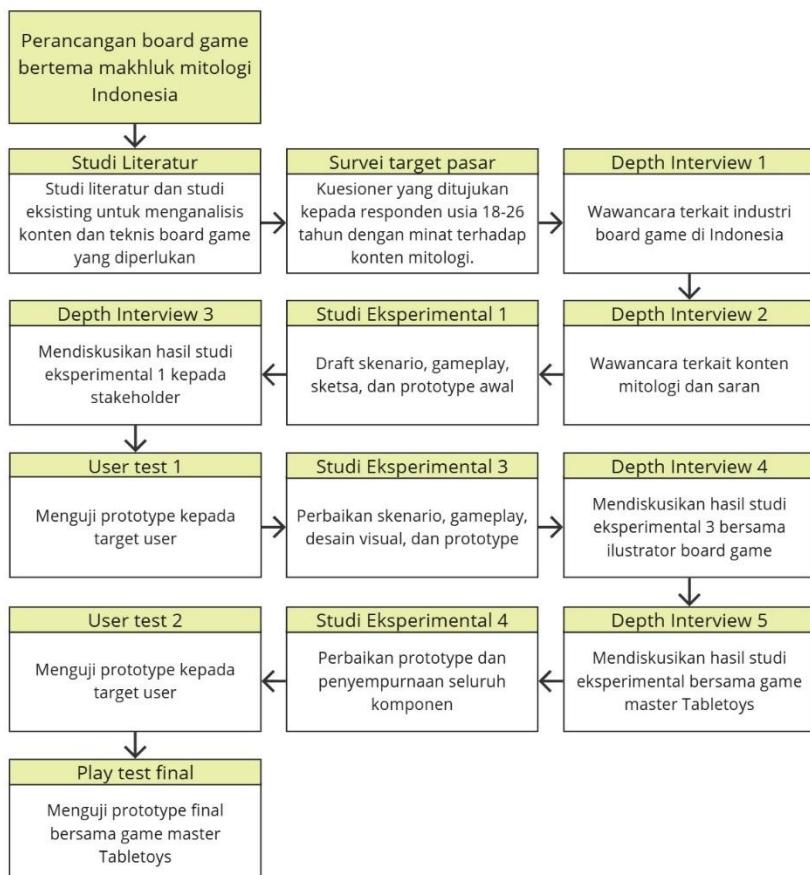
Pada tahun 2019, APIBGI dan BEKRAF membawa *Board game* Indonesia ke Essen Spiel dengan tujuan mendapatkan perjanjian bisnis lisensi dan distribusi dari pemain industri di tingkat Internasional. Berkembangnya industri *Board game* di Indonesia juga ditunjukkan dari jumlah café *board game*, toko *board game*, komunitas *board game*, dan produksi *Board game* lokal di Indonesia. Berdasarkan data dari playday.id, terdapat 44 café dan toko *Board game* yang berlokasi di Indonesia, sebanyak 36 komunitas *Board game* yang tersebar di wilayah Indonesia, serta 97 *Board game* lokal yang ada di pasaran dengan 18 *Board game* diantaranya segera terbit (boardgame.id, 2024). Pada 1 Agustus 2023, diskusi kelompok Bersama Kemenparekraf dan APIBGI membahas terkait penyusunan profil industri *Board game* Indonesia. Penyusunan profil tersebut bertujuan untuk penyusunan strategi pengembangan serta memberikan masukan dan kebijakan terkait pengembangan industri *Board game* di Indonesia. Menurut ketua APIBGI, sudah ada 80 judul *Board game* lokal tetapi saat ini masih diperjuangkan visibilitasnya.

Setelah yang telah dijabarkan di atas, dapat dikatakan bahwa konten mitologi Nusantara saat ini memiliki sudah menjadi daya tarik masyarakat Indonesia terutama anak muda. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya produksi dan pengguna media dengan tema mitologi Nusantara, yang menjadi peluang untuk mengangkat konten mitologi ke dalam media *board game*. Melihat peluang industri *Board game* di Indonesia semakin meningkat dengan

banyaknya publikasi *Board game* dan minat anak muda terhadap pemainan terbilang tinggi seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Dengan mengadaptasi beberapa aspek dari *Board game* yang sudah ada, maka perancangan *Board game* ini mengangkat tema mitologi Nusantara dengan harapan memiliki nilai jual.

Metode

Perancangan ini menggunakan beberapa metode penelitian untuk membantu penulis dalam mengambil keputusan dan perancangan *board game*. Metode yang dimaksud antara lain studi literatur yang mencakup studi eksisting sebagai data sekunder. Kemudian dilakukan penggalian data primer dengan meriset target pasar, depth interview terhadap *stakeholder* dan pakar budaya, studi eksperimental dan *protoyping*, user test kepada target user, dan play test bersama *stakeholder*. Berikut *flowchart* alur perancangan yang digunakan dalam perancangan ini:



Gambar 2. Alur perancangan
(Sumber : Putri, 2024)

Pembahasan

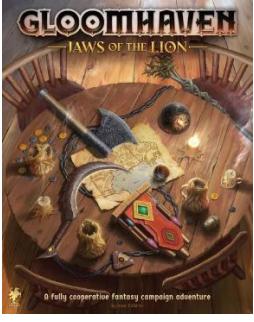
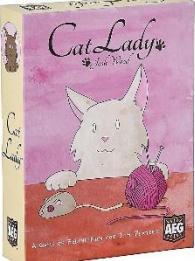
1. Analisa Hasil Penelitian

Studi literatur dilakukan dengan menggali data dan informasi dari berbagai sumber serta untuk kepentingan konten, mekanik, dan pertimbangan target segmen. Menganalisis dari buku acuan utama berjudul “DEWA DEWI MASA KLASIK” dan dari Jurnal Widya Prabha yang berjudul “RELIEF TOKOH BERJENGGOT BERPASANGAN: Studi Kasus pada Kompleks Candi Prambanan” yang membahas tentang kisah dan sejarah dewa dewi masa kuno dengan meneliti relief. Analisis konten diperkuat dengan interview Bersama Setyo Yanuartuti selaku narasumber ahli serta dosen seni budaya. Interview dilakukan dengan mendapatkan informasi dan masukan mengenai mitologi Indonesia dan aspek apa saja yang diperlukan untuk diangkat dalam media permainan. Aspek mitologi yang dapat diangkat ke dalam media permainan dapat terdiri dari makhluk, peninggalan seperti sastra, legenda, dongen, benda pusaka, ataupun ritual. Dari hal tersebut dapat dispesifikkan sifatnya yang beragam, karakteristik yang menunjang imajinasi, makna filosofis, dan simbolis.

Dari hasil interview bersama Martin Ang selaku *stakeholder* serta game master dan CEO Tabletoys Surabaya dan mendapat kesimpulan bahwa (1) Peminat *Board game* di Indonesia mayoritas usia muda yang sudah bekerja, karena harga *Board game* cenderung mahal, (2) di Indonesia, mayoritas senang *Board game* dengan mekanik yang sederhana dan durasi bermain yang pendek, (3) jenis *Board game* yang banyak diminati adalah kompetitif, party game, dan trivia, (4) Aspek estetika visual pada *Board game* bobotnya >50%. Pengarutan segmentasi usia diperkuat dengan sebanyak 52% Gen Z di dunia kerja berusia 15-30 tahun(Dedi Hidayat, 2024) dan secara umum usia lulus pendidikan wajib adalah 18 tahun. Maka survei pasar dilakukan dengan kuesioner yang disebar secara online untuk kriteria responden berusia 18-26 tahun dan menyukai konten fantasi mitologi. Dari hasil kuesioner yang telah dilakukan kepada 55 responden, didapatkan hasil sebanyak 32,7% bersedia menghabiskan waktu bermain selama >30 menit, sebanyak 50,9% memilih tingkat kompleksitas sulit, dan sebanyak 56,4% bersedia membayar sebesar Rp95.000 – Rp150.000 untuk satu set board game.

Analisis desain eksisting dari beberapa *Board game* dengan tema terkait dilakukan sebagai acuan dan sebagai pembanding.

Tabel 1. Matriks analisis media eksisting

Yokai Septet	Gloomhaven	Cat Lady
 	 	 
<p>Yokai Septet menggunakan gaya gambar anime dengan warna yang tajam dan menyertakan atribut karakter dengan detail. Layout kartu Yokai Septet menggunakan warna pembeda sebagai frame kartu sesuai dengan elemen karakternya. Dalam perancangan ini mengadaptasi aspek gaya gambar dan sebagian layout kartu, yaitu menggunakan gaya gambar anime dengan warna yang tajam dan penggunaan warna frame kartu sebagai pembeda karakter.</p>	<p>Gloomhaven menggunakan visual yang realis dengan elemen fantasi gelap dan desain karakter yang beragam sehingga memberikan suasana petualangan yang mendalam. Pada setiap kartu karakter juga mencakup kemampuan dan latar belakang karakter dengan warna yang menggambarkan karakter dengan menggunakan gaya gambar splash art. Dalam perancangan ini menggunakan ilustrasi dengan splash art serta latar belakang pendukung sesuai karakteristik setiap karakter.</p>	<p>Cat Lady menggunakan mekanisme card drafting, yaitu pemain harus mengambil seluruh baris atau kolom dari tiga kartu dari grid 3x3 menghadap ke atas kartu dan tidak dapat mengambil baris atau kolom dimana token kucing berada di sebelahnya. Berbagai kartu memiliki efek yang berbeda. Dalam perancangan ini mengadaptasi mekanik yang sama yaitu set collection dan card drafting menggunakan kartu untuk mengumpulkan karakter dan artefak dengan susunan 3x3 secara acak.</p>

Studi eksperimental dilakukan dengan menganalisis karakteristik makhluk, artefak, dan latar belakang pendukung lalu dilanjutkan dengan membuat alternatif gaya gambar. Setelah itu penulis membuat alternatif skenario dan aturan permainan. Alternatif skenario dan aturan permainan kemudian didiskusikan dengan *stakeholder* sekaligus

game master Tabletoys sampai didapatkan teknis gameplay dan skenario final. Untuk pertimbangan desain visual dan layout dilakukan interview bersama Lili selaku narasumber ahli serta ilustrator dan layouter *Board game* di Tabletoys.



Gambar 3. Depth Interview
(Sumber : Putri, 2024)

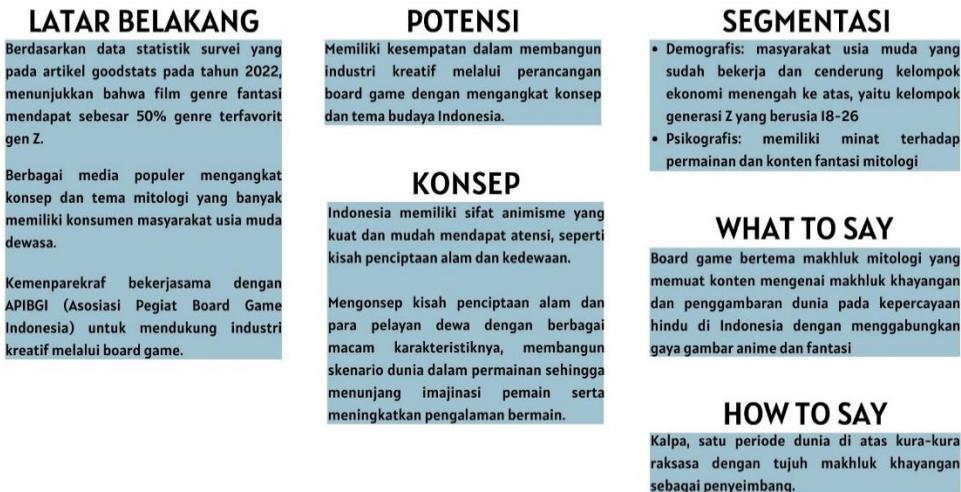
Tahap terakhir dalam perancangan ini adalah user test yang dilakukan untuk mendapat feedback dari respon target pasar dengan kesimpulan bahwa (1) responden menunjukkan sikap antusias saat kartu yang dibuka merupakan kartu yang diincar,(2) responden menunjukkan sikap frustasi saat kartu yang diincar diambil pemain lain, (3) responden merasa puas ketika berhasil mendapatkan kartu ability, (4) responden merasa terlibat dalam menjaga dunia di atas Bedawang Nala karena menganggap karakter-karakter yang didapatkan sebagai hero, (5) Responden merasa senang dengan gaya gambar yang digunakan pada komponen permainan karena terlihat nyata dan dinamis, (6) sebagian responden merasa bingung dengan warna ikon artefak yang samar dan ikon poin yang bersebelahan dengan ikon artefak.



Gambar 4. User Test
(Sumber : Putri, 2024)

2. Konsep Perancangan

a. Big Idea



Gambar 5. Big Idea

(Sumber : Putri, 2024)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan melalui *what to say* dan *how to say* sebagai berikut:

- 1) *What to say*: Board game bertema makhluk mitologi yang memuat konten mengenai makhluk khayangan dan penggambaran dunia pada kepercayaan hindu di Indonesia dengan menggabungkan gaya gambar anime dan fantasi.
- 2) *How to say*: Kalpa, satu periode dunia di atas kura-kura raksasa dengan tujuh makhluk khayangan sebagai penyeimbang

b. Luaran Desain

- 1 buku panduan bermain
- 33 kartu karakter (21 karakter khayangan 3 kali repetisi, 1 karakter strategi repetisi 12 kali)
- 4 kartu karakter ability
- 56 kartu item
- 1 papan permainan
- 28 pion pemain (7 pion untuk setiap pemain)
- 1 set kemasan

c. Skenario Permainan

Setiap periode dunia (Kalpa), sebagai orang terpilih, pemain ditugaskan untuk menyeimbangkan dunia yang ditopang kura-kura raksasa bernama Bedawang nala. Namun, dunia akan hancur tanpa Naga Anantaboga dan Naga Besukih. Pemain harus melengkapi 7 bagian yang harus diisi dengan makhluk khayangan. Setiap makhluk memiliki kebutuhan item ajaib yang berbeda. Pemain harus mengharmonisasikan setiap makhluk dan item yang didapatkan dengan memenuhi kebutuhan setiap makhluk yang telah dipanggil untuk mencapai skor tertinggi.

d. Perhitungan Biaya

Willingness to pay (WTP) atau kesediaan untuk membayar adalah harga maksimum yang pelanggan bersedia bayarkan untuk suatu produk atau jasa. Kesediaan untuk membayar dapat bervariasi dari satu pelanggan ke pelanggan lainnya (Stobierski, 2020).

Harga jual produk ditentukan menggunakan *markup pricing* dengan mempertimbangkan perhitungan biaya produksi dan profit margin/persentase keuntungan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga produksi} + (\text{Harga produksi} \times \text{Persentase profit}) = \text{Harga jual}$$

Total biaya produksi dihitung sebanyak Rp103.000, sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut:

$$\text{Rp103.000} + (\text{Rp103.000} \times 50\%) = \text{Rp154.500}$$

e. Konsep Visual

1) Moodboard

Moodboard terinspirasi dari berbagai media yang bertema fantasi, mitologi, dan Indonesia seperti game digital, foto lanskap indonesia, serta video musik.

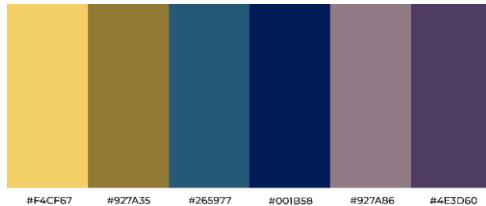


Gambar 6. Moodboard

(Sumber : Putri, 2024)

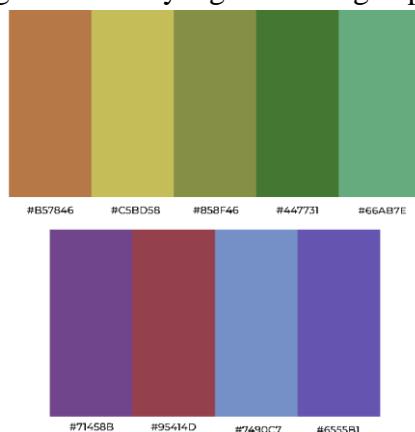
2) Warna

Warna tidak hanya terlihat secara visual, tetapi juga melibatkan respon emosional dan psikologi yang dapat memengaruhi persepsi audiens terhadap desain (Fine, 2021). Maka dari itu warna utama yang digunakan untuk perancangan ini mengambil beberapa warna dominan dari moodboard. Dari analisis referensi, warna yang diambil menunjukkan beberapa aspek seperti kuning menunjukkan aspek kemegahan dan kekuatan, hijau dan biru menunjukkan aspek alam, serta ungu menunjukkan aspek magis.



Gambar 7. Palet warna primer
(Sumber : Putri, 2024)

Pemilihan warna untuk makhluk mitologi menggunakan warna yang telah disesuaikan dengan tema karakter dan mekanik. Warna yang dipilih menggunakan tingkat saturasi yang sama dengan palet warna utama.



Gambar 8. Palet warna sekunder
(Sumber : Putri, 2024)

3) Logo

Logo yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan gabungan logotype dengan unsur kalpataru (pohon kehidupan). Menggunakan nama “Kalpa” yang berarti periode kehidupan dalam kepercayaan hindu.



Gambar 9. Logo Kalpa
(Sumber : Putri, 2024)

4) Tipografi

Tipografi yang dipilih mengacu pada tema aksara kuno dengan mempertimbangkan keterbacaan yang jelas. Menggunakan dua macam typeface untuk headline dan body text. Untuk headline menggunakan typeface Willow dan Untuk body text, penulis menggunakan typeface Kabel.



Gambar 10. Typeface Willow

(Sumber : Putri, 2024)



Gambar 11 Typeface Kabel

(Sumber : Putri, 2024)

3. Hasil Desain

a. Komponen

1) Kartu Karakter Mitologi

Kartu makhluk dirancang dengan ilustrasi dan latar yang berbeda setiap karakternya. Setiap karakter memiliki 3 level, maka penulis membuat pembeda pada setiap level agar memudahkan pemain melihat kartu dengan poin yang diinginkan.



Gambar 12. Kartu Karakter

(Sumber : Putri, 2024)

2) Kartu Artefak

Kartu artefak dirancang dengan ilustrasi utama dan ikon di ujung kiri atas dan ujung kanan bawah untuk memudahkan pemain melihat kartu di tangan. Kartu artefak menggunakan 4 warna primer dan 1 warna sekunder untuk memudahkan pemain membedakan jenis artefak. Latar kartu menggunakan ornamen gunungan dengan opacity rendah sehingga ilustrasi dan ikon artefak terlihat jelas.

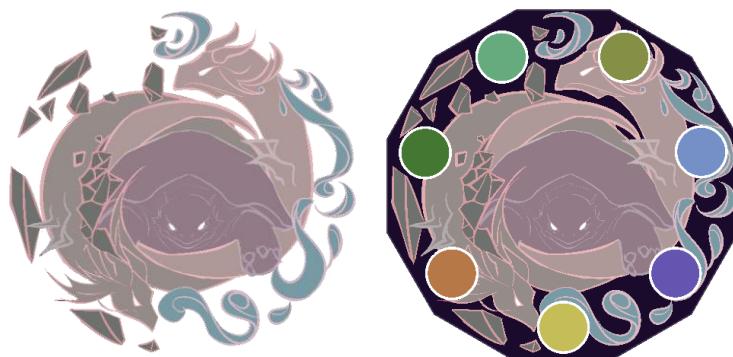


Gambar 13. Kartu artefak

(Sumber : Putri, 2024)

3) Papan Permainan

Papan permainan digambarkan dengan ilustrasi bedawang nala yang dililit dua naga sebagai penggambaran dunia di bawah khayangan yang sedang berlangsung. Papan permainan dirancang berbentuk geometri dengan 12 sisi dan dengan lipatan tengah, serta 7 lingkaran di sekeliling sebagai titik untuk pemain menandai makhluk yang sudah dilengkapi dengan artefak.



Gambar 14. Papan permainan

(Sumber : Putri, 2024)

4) Buku Panduan

Buku panduan berisi deskripsi dan petunjuk bermain yang berukuran 9x9 cm dengan 20 halaman atau 10 lembar dengan menggunakan bahan art paper 150 gr. Buku ini dilayout seperti buku dongeng agar pemain merasa terlibat dalam cerita dan permainan.



Gambar 15. Buku panduan
(Sumber : Putri, 2024)

5) Kemasan

Kemasan *Board game* dirancang untuk menyimpan komponen-komponen *Board game* dengan rapi. Bagian depan menggunakan aset environment yang menggambarkan tempat tinggal para dewa dan para makhluk khayangan untuk mempertegas bahwa di situlah tempat bagaimana alam semesta diatur dalam setiap periode dunia atau dalam bahasa sanskrit adalah “Kalpa”. Pada kemasan berisi informasi ringkasan permainan, kode tautan tutorial bermain, jumlah pemain, durasi bermain, dan usia pemain dengan ukuran 10x20x5 cm³ dan dengan material yellow board 1500 gr.



Gambar 16. Ilustrasi Kemasan
(Sumber : Putri, 2024)



Gambar 17. Packaging
(Sumber : Putri, 2024)

Kesimpulan

Kesimpulan dalam perancangan *Board game* “Kalpa” menunjukkan bahwa keberagaman makhluk dan kemampuan karakter sangat potensial dalam mendukung imajinasi pemain. Maka dari itu, perancangan ini menonjolkan aspek wujud karakter dengan ciri khasnya sebagai aspek utama. Untuk itu, penulis melakukan riset literatur mendalam melalui berbagai buku dan artikel. Perancangan ini mengadaptasi mekanik card drafting dari permainan "Cat Lady" dengan penambahan sistem baru untuk meningkatkan pengalaman bermain. "Kalpa" adalah *Board game* bertema makhluk mitologi Indonesia yang berfokus pada mitologi Hindu dengan genre fantasi, menonjolkan berbagai bentuk makhluk fantasi yang memiliki kemampuan khusus. Setiap set Kalpa terdiri dari satu papan permainan dengan tiga karakter dalam satu ilustrasi, 21 kartu makhluk khayangan, 12 kartu ability, 4 kartu strategi, dan 60 kartu artefak. Setelah melalui berbagai tahap pengujian bersama *stakeholder* dan target user, permainan ini dinilai baik dari segi konten, visual, dan teknis. Berdasarkan hasil riset target user, harga jual ditetapkan sebesar Rp154.500,-

Daftar Pustaka

- boardgame.id. (2024). *Sejarah Board Game Indonesia*.
Https://Boardgame.Id/?Page_id=57210.
- Dedi Hidayat. (2024, July 7). *Kemnaker: Sebagian Gen Z Sudah Masuk Dunia Kerja*.
<https://rri.co.id/nasional/808705/kemnaker-sebagian-gen-z-sudah-masuk-dunia-kerja#:~:text=KBRN%2C%20Jakarta:%20Kemnaker%20RI%20mengaku,bisa%20merasa%20enak%2C%22%20ujarnya>.
- Fine, A. (2021). *Color theory: a critical introduction*. Bloomsbury Publishing.
- Lestari, A. F., & Irwansyah, I. (2020). Line webtoon sebagai industri komik digital.
SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(2), 134–148.

- Naurah, N. (2023). *Survei Jakpat: Mayoritas Gen Z Hobi Nonton Genre Action*.
<Https://Goodstats.Id/Article/Survei-Jakpat-Mayoritas-Gen-z-Hobi-Nonton-Genre-Action-1IiPc#:~:Text=Genre%20laga%20atau%20action%20menjadi,Milenial%20dibandingkan%20dengan%20gen%20X>.
- Stobierski, T. (2020). *Willingness to Pay: What It Is & How to Calculate*.
<Https://Online.Hbs.Edu/Blog/Post/Willingness-to-Pay>.
- Weigel, J. J. (2024). *CliffsNotes on Mythology*. CliffsNotes.