PERANCANGAN *RECITE: THE BOARD GAME* SEBAGAI PRODUK PENGAKTIFAN MEREK UNTUK *VIDEO GAME RECITE*

Gelar Gumilar Sudrajat[1], Chris Chalik[2], Asep Sufyan Muhakik Atamtajani[3]
[1,2,3] *Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
gelargumilars@student.telkomuniversity.ac.id, *lordchris@telkomuniversity.ac.id*, *krackers@telkomuniversity.ac.id*

Abstrak : Industri video game telah mengalami peningkatan besar di 2 dekade terakhir, pada tahun 2022 saja disebutkan bahwa seluruh industri video game menghasilkan 60 miliar USD, tentunya dengan besarnya peluang di industri video game ini menjadikan banyak entrepreneur muda yang tertarik untuk membuka brand video game development mereka sendiri, Naraten Studio merupakan salah satu studio video game development baru yang sedang mempersiapkan produk pertama mereka, sebuah narrative adventure game bertema murder mystery. Walaupun mereka sudah memiliki rencana mengenai produk pertama mereka mereka masih belum memiliki rencana mengenai pemasaran produk dan pengaktifan brand mereka, di-sinilah perancangan board game yang akan dapat membantu pengenalan produk dan mengaktifkan brand mereka akan sangat membantu, Dengan mendukung prinsip hobby game yang mengarah kepada target pasar pencinta animasi Jepang yang sangat besar di Indonesia, diharapkan board game RECITE ini dapat membantu peluncuran video game milik Naraten Studio. Perancangan board game ini menggunakan metode penelitian mix method, pengolahan data secara induktif, dan perancangan Customer Centric Product demi mendapatkan hasil akhir board game yang dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat luas.
Kata kunci: Permainan Papan, Permainan Video, Pengaktifan Brand

Abstract : The video game industry has experienced a major increase in the last 2 decades, in 2022 alone it is stated that the entire video game industry generates 60 billion USD, of course, with the huge opportunities in the video game industry, many young entrepreneurs are interested in opening their own video game development brand. , Naraten Studio is a new video game development studio that is currently preparing their first product, a narrative adventure game with a murder mystery theme. Even though they already have a plan regarding their first product they still don't have a plan regarding marketing their product and activating their brand, this is where designing a board game that will be able to help introduce their product and activate their brand will be very helpful. By supporting the principle of a hobby game that leads to the target market for Japanese animation lovers is very large in Indonesia, it is hoped that this board game RECITE can help launch video games owned by Naraten Studio. The design of this board

game uses mixed method research, inductive data processing, and Customer Centric Product design in order to get the final board game result that can be easily accepted by the wider community.
Keywords: Board Games, Video Games, Brand Activation

PENDAHULUAN

Video Game merupakan sebuah industri yang bernilai lebih dari 60 miliar US Dollars di tahun 2022, Video Game berubah menjadi produk yang sangat beragam dan dapat di nikmati oleh setiap kalangan masyarakat. Wolf (2003) berpendapat bahwa video game itu sendiri merupakan sebuah media hiburan interaktif yang dimana masukan dari pemain dapat mengubah keluaran yang video game tampilkan. Dengan keunikan interaktif-nya ini video game memiliki keunggulan dibanding dengan media hiburan lainnya, pada tahun 2021 saja pasar video game menghasilkan 60.4 miliar US Dollar. Di Indonesia sendiri pemerintah telah sadar betul mengenai potensi video game untuk mendukung ekonomi Indonesia terutama di pangsa produk digital, KOMINFO sendiri telah mendukung serta mensponsori banyak acara-acara video game development lokal, dikutip dari Press-kit acara video game development IndieRise yang diadakan di Bali pada Oktober 2022 kemarin, Direktur Umum dari KOMINFO Samuel Pangerapan mengatakan bahwa Pemerintah telah sadar betul mengenai betapa besarnya potensi pasar yang dimiliki oleh industri video game di Indonesia, KOMINFO sendiri siap mendukung aktif program Game Developer Exchange yang dapat digunakan sebagai sarana penyaluran talenta untuk memenuhi kebutuhan industri, serta membuka akses pendanaan dan potensi untuk bekerja sama dengan developer di luar. Hal ini tentunya memberikan dorongan dan rasa aman yang besar bagi para entrepreneur muda untuk mencoba membuka video game development brand baru di Indonesia. Salah satu dari brand development video game baru yang ada di Indonesia ini adalah Naraten Studio. Naraten Studio sendiri berfokus kepada pembuatan video game yang berfokus kedalam segi narrative

dan storytelling, dan video game RECITE bergenre Adventure Game inilah yang akan menjadi langkah awal bagi mereka untuk memasuki industri video game. Dalam pembuatan video game pertama mereka Naraten Studio mengatakan bahwa mereka masih belum memiliki banyak pengalaman dan ingin berfokus kepada proyek video game yang memiliki fitur dan konten yang lebih mudah untuk dibuat dalam waktu sebentar, dipilihlah video game yang berfokus lebih kepada narasi dikarenakan konten-nya lebih banyak teks yang menjadikannya jauh lebih mudah untuk dibuat, genre misteri sendiri diambil dikarenakan popularitas-nya pada kalangan orang-orang yang suka membaca buku, dibuktikan dengan laporan dari Neilson Bookscan (2018) sebuah layanan penyedia data di industri penerbitan yang mengatakan bahwa dalam kategori buku fiksi, genre buku misteri pembunuhan merupakan buku yang paling laris terjual di pasaran, David Evans (2019) selaku emmy awards winner dan penulis di website psychology today mengemukakan alasan mengapa buku misteri pembunuhan sering kali menjadi genre andalan, beliau berpendapat bahwa di dunia yang penuh dengan kekerasan buku misteri pembunuhan memberikan kita harapan bahwa dengan usaha keras kejahatan dan ketidaktahuan dapat dipecahkan dan ditumpas, hal tersebut-lah yang menjadikan Naraten Studio mengambil tema misteri pembunuhan untuk video game mereka. Menciptakan brand baru dari awal tentunya bukanlah hal mudah, terutama bagi para entrepreneur muda yang biasanya nya masih belum memiliki banyak pengalaman di dunia bisnis atau marketing, terkadang banyak developer muda yang terjebak dengan ide bahwa "selama produk yang dihasilkan bagus maka akan ada pembelinya." hal ini tidak cukup untuk bersaing di dunia bisnis modern, perlu adanya strategi marketing untuk mengaktifkan brand baru, salah satu teknik pemasaran ini adalah Brand Activation. Saeed (2015) berpendapat bahwa Brand Activation sendiri dapat di deskripsi-kan sebagai relasi marketing yang dibuat antara brand dan audience mereka, yang mengarah kepada audience yang lebih memahami brand dan juga audience yang lebih

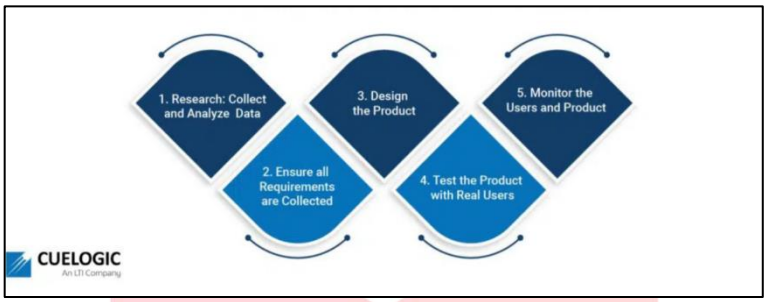
mengintegrasikan brand dengan kehidupan sehari-hari mereka. dengan adanya fokus untuk lebih membangun koneksi dengan audience, brand activation memiliki beberapa keungulan dan prinsip yang menjadikan strategi ini lebih sering digunakan daripada strategi marketing pada umumnya. MacInnis (2014) menambahkan bahwa dengan kualitas relasi antara brand dengan audience yang lebih baik akan dapat membangkitkan rasa loyal kepada brand, toleransi untuk brand, ucapan positif dari mulut ke mulut, keterlibatan yang lebih baik untuk komunitas brand, dan penerimaan yang lebih baik untuk cabang perusahaan, ke tingkat yang lebih tinggi lagi. Salah satu cara untuk memulai brand activation adalah dengan mengeluarkan produk pengenalan yang dapat diterima dengan mudah oleh pasar, pada perancangan kali ini produk pengenalan yang akan peneliti buat adalah board game yang dapat memperkenalkan video game RECITE milik Naraten Studio nantinya.

METODE PENELITIAN

Metode perancangan yang akan digunakan dalam perancangan kali ini merupakan customer centric design (CCD), customer centric design sendiri merupakan metode perancangan produk yang berfokus kepada konsumen dan pasar itu sendiri dan bagaimana cara membuat produk yang paling sesuai dengan kebutuhan konsumen dan pasar. Paxton (2021) menyimpulkan bahwa Tujuan paling utama dari perancangan customer centric design adalah untuk memahami kebutuhan calon konsumen dan membuat produk yang dapat menyelesaikan masalah dan kebutuhan mereka, serta membuat pengalaman konsumen yang terbaik yang akan menyebabkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi.

Proses kerja dari CCD akan selalu mengacu kepada data dari konsumen, seperti yang dijabarkan oleh Vora (2021) proses desain akan dimulai dari pengumpulan data lapangan, pastikan semua data yang dibutuhkan telah

didapatkan, barulah proses pendesainan dimulai, dan diakhiri dengan uji coba langsung dengan konsumen dan mengawasi bagaimana hubungan produk dan konsumen di pasaran.



Gambar 1: Workflow Customer Centric Design
sumber: cuelogic

Pada penelitian kali ini juga kami akan bekerja sama dengan Naraten Studio secara langsung, selain demi mendapatkan data langsung dari mereka kami pun akan mengumpulkan data dengan melakukan kuisioner kepada publik, serta melihat data lapangan dari cafe board game yang ada di Bandung dan data pasar dari Kickstarter.

Tabel 1 Teknik Pengumpulan Data

No	Tahapan	Tujuan	Peralatan
1	Wawancara dengan *developer* yang ada di Naraten Studio mengenai konsep *video game* RECITE yang sedang mereka kerjakan.	Mengetahui lebih dalam fitur, cerita, visual, *gameplay*, dan desain dari *video game* RECITE.	A. Laptop B. Handphone
2	Ekstraksi data penjualan *board game* dari *website crowdfunding*.	Mendapatkan data lapangan mengenai bentuk dan struktur dari *board game* yang ada di pasaran saat ini dan bagaimana hasil penjualan mereka.	A. Laptop B. Internet
3	Mengadakan Kuesioner mengenai tanggapan dan keinginan publik mengenai *Board Game*.	Mengetahui tanggapan dan keinginan publik mengenai *Board Game*.	A. Laptop B. Internet
4	Mencari literatur terkait yang dapat mendukung proses perancangan.	Mendapatkan data pendukung perancangan.	A. Laptop B. Internet
5	Mencoba memainkan *board game* yang ada di pasaran	Mendapatkan data pendukung perancangan.	A. *Board Game*

sumber: data pribadi

HASIL DAN DISKUSI

Hasil Pengolahan Data

Pada perancangan kali ini terdapat beberapa parameter yang harus dipenuhi agar bisa dapat sesuai dengan tujuan dan kebutuhan, Berikut merupakan rincian dari parameter yang harus dipenuhi seperti desain permainan board game RECITE harus seimbang dan memiliki prinsip “kertas gunting batu” antara setiap karakter dan tim, board game RECITE harus memiliki latar cerita dan karakter yang sama dengan video game RECITE, desain permainan board game RECITE harus memiliki replayability yang baik, board Game ini harus memiliki aksesibilitas yang luas agar pemain baru dapat mencoba permainan dengan mudah, namun tetap memiliki kedalaman permainan yang baik agar tidak cepat membosankan bagi pemain lama.

Proses Perancangan

Dari hasil pengolahan data tersebut didapatkanlah brief desain yang diproses kembali menjadi hasil desain. Bentuk dari Board Game terinspirasi dari lemari yang memiliki kompartemen serta peta lipat hal ini dipilih demi memberikan fungsi organisir dan compact kepada desain bentuk board game.



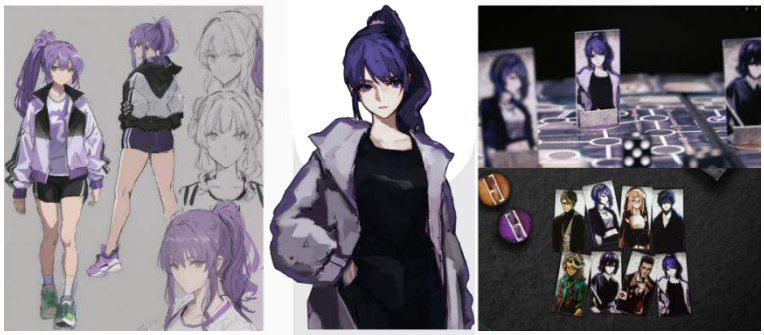
Gambar 2: Inspirasi Bentuk Permainan
sumber: data pribadi

Desain visual pada board game ini mengambil inspirasi dari icon geometris dan juga peta jalur kereta demi memudahkan pemain memahami aturan permainan, selain itu juga tema kasar dan tua dipilih untuk memberikan kesan misterius yang sesuai dengan tema permainan.



Gambar 3: Inspirasi Visual Permainan
sumber: data pribadi

Desain Karakter pada board game ini sudah ditentukan oleh Naraten Studio sebelumnya, dan kami tim perancang hanya perlu menggunakan desain tersebut.



Gambar 4: Inspirasi Desain Karakter
sumber: data pribadi

Mode permainan pada board game ini terinspirasi dari permainan horror “Dead by Daylight”, kami memilih video game ini sebagai contoh dikarenakan kesesuaian tema dengan board game yang akan dibuat.



Gambar 5: Inspirasi Mode Permainan
sumber: data pribadi

Kelas dari karakter yang ada pada board game ini terinspirasi dari permainan “DOTA2”, kami memilih video game ini sebagai contoh dikarenakan DOTA2 sudah sering menjadi contoh untuk video game lainnya, dengan menggunakan sistem karakter yang mirip dengan DOTA2 diharapkan pemain dapat dengan mudah mempelajari permainan dikarenakan sudah familiar dengan sistem-nya.



Gambar 6: Inspirasi Kelas Karakter
sumber: data pribadi

Mekanik permainan yang ada pada board game ini terinspirasi dari permainan “Game of Life”, kami memilih video game ini sebagai contoh dikarenakan Game of Life merupakan salah satu board game klasik yang berdasarkan data dari kuisioner yang kami dapatkan kalangan publik sudah sangat familiar dengan mekanisme permainan ini.



Gambar 7: Inspirasi Mekanik Permainan
sumber: data pribadi

Validasi Perancangan

Proses validasi dan uji-coba desain akan dilaksanakan dengan 2 metode yaitu forum group discussion dan internal testing, kedua proses ini merupakan proses metode pengumpulan data dan penelitian kualitatif yang dimana desain akan diuji coba dalam simulasi lapangan yang akan di awasi oleh penulis dan pembimbing penelitian tugas akhir, hasil dari FGD dan internal testing akan dijadikan sebagai bahan acuan desain baru untuk final design.

Berdasarkan hasil diskusi dan uji-coba bersama tim perancang Board Game RECITE, permainan dari board game ini cukup menarik perhatian para tester, mereka menyukai pemainan yang simpel, cepat, dan memiliki banyak aksi. Grafis yang ditampilkan bertema grunge sudah terasa sangat cocok untuk board game ini, color coding dan iconography yang disematkan dalam komponen permainan juga sudah sangat memperjelas peraturan yang ada di dalam board game. koponen board game yang mudah untuk dibereskan juga sudah sangat cocok untuk pemainan ini yang sering kali dibawa untuk kumpul sosial.

Berdasarkan hasil validasi dapat di simpulkan bahwa produk yang di rancang merupakan board game bernama "RECITE: The Board Game", board game ini dirancang menggunakan prinsip hobby games, sebagai introductory product untuk strategi brand activation untuk Naraten Studio. Board game ini memiliki tema murder mystery dengan jenis permainan survival game, dimana pemain

dibagi ke dalam 2 tim yaitu tim killer dan tim survivor, tim killer harus membunuh semua survivor yang ada, dan tim survivor harus melarikan diri dengan mengumpulkan kartu item yang mereka butuhkan. Dalam board game ini terdapat 6 komponen yaitu papan permainan yang terdiri dari papan bermain bersifat node dan deck kartu pemain, terdapat juga bidak karakter, 3 jenis kartu yaitu kartu karakter, kartu item dan kartu misi, token darah dan stamina, dadu, dan skenario atau misi yang harus pemain lakukan. Board game ini di desain untuk dimainkan bersama dengan jumlah pemain 2-4 orang, dengan jangka waktu 30-45 menit setiap permainannya, target utama kami adalah menciptakan board game yang dapat dimainkan ketika kumpul bersama teman, keluarga, atau-pun rekan kerja sebagai alat team building, tentunya board game ini akan sering dibawa bawa ke tempat hangout dan oleh karenanya board game dapat dilipat dan memiliki kompartemen yang membuatnya mudah untuk disiapkan, dimainkan, dibereskan, dibawa, dan disimpan.

Hasil Perancangan



Gambar 8: Final Produk

sumber: data pribadi



Gambar 8: Final Produk
sumber: data pribadi

KESIMPULAN

Pada perancangan ini, penulis merancang sebuah *board game* yang diperuntukkan sebagai produk pengenalan sekaligus produk pengaktifan brand *video game* development milik Naraten Studio. Desain *board game* yang dibuat memiliki genre *mystery survival*, yang dimana pemain akan melarikan diri dari pembunuh dengan menyelesaikan misi yang dipilih dengan acak, dan dengan penggunaan genre misteri permainan ini *board game* dapat tetap mempertahankan tema yang dimiliki oleh *video game*, namun dapat terus dimainkan dengan susunan tim yang berbeda, dan kebebasan pemain ketika bergerak dan aspek acak yang terdapat ketika mendapatkan kartu juga dapat menambah variasi permainan, menjadikan *board game* tidak mudah bosan untuk dimainkan. Dan demi memperkenalkan cerita dan karakter yang ada dalam *video*

game board game akan memiliki tempat kejadian yang sama dengan yang ada pada *video game* yaitu pada kabin kayu terpencil, dan karakter juga akan memiliki kemampuan yang sesuai dengan latar cerita mereka menjadikan pemain dapat mengenal latar tempat dan karakter yang ada pada *video game RECITE* dengan bermain *board game* ini.

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan mengenai pengembangan board game RECITE ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan demi meningkatkan potensi produk sebagai produk pengenalan dan produk pengaktifan, diperlukannya data konkret tambahan untuk setiap aspek dan komponen yang di desain untuk board game ini, demi meningkatkan kesesuaian board game terhadap keinginan publik, selain itu juga perlu dipertimbangkan kembali aspek kemanfaatan yang dapat diberikan oleh produk untuk kebaikan masyarakat, perancang diharapkan dapat menanamkan kebaikan pada produk dan jangan sampai membuat pengguna board game terpengaruhi kepada arah yang negatif. Semoga perancangan kali ini dapat menjadi pertimbangan desain untuk penelitian dan perancangan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Andini, M., & Yunianta, T. N. H. (2018). The Development of Borad game “The Adventure Of Algebra” in The Senior High School Mathematics Learning. In Al-Jabar : Jurnal Pendidikan Matematika (Vol. 9, Issue 2, pp. 95–109). Raden Intan State Islamic University of Lampung. https://doi.org/10.24042/ajpm.v9i2.3424

Andri, A., Sufyan, A., & Zulkarnain, T. (2020). THE INFLUENCE OF EXISTENCE RMU (RETAIL MERCHANDISING UNITS) IN MALL OF VISITORS PERCEPTION A Case Study: Resort Level (RL) PVJ Mall

Bandung. Balong International Journal of Design, 3(1).https://doi.org/10.25134/balong.v3i1.5478

Bateman, C. M. (2021a). Game writing: Narrative skills for videogames. Bloomsbury Academic.

Bell, R. C. (1983). The boardgame book. Exeter Books.

Bernard, H. R. (2011). Research methods in anthropology. AltaMira Press.

Board Game Geek. (2023, January 9), Board Game Categoty. Retrieved January 9, 2023, from https://boardgamegeek.com/browse/boardgamecategory

Chalik, C., & Andrianto, A. (2022). ANALISIS WARNA PADA INTERIOR INTERNET CAFE FUSION RISE. In Waca Cipta Ruang (Vol. 8, Issue 1, pp. 13–22). Universitas Komputer Indonesia. https://doi.org/10.34010/wcr.v8i1.6545

Despeisse, M. (2018). Teaching Sustainability Leadership in Manufacturing: A Reflection on the Educational Benefits of the Board Game Factory Heroes. In Procedia CIRP (Vol. 69, pp. 621–626). Elsevier BV. https://doi.org/10.1016/j.procir.2017.11.130

Entertainment Software Association (ESA). (2022, June 10). 2022 essential facts about the video game industry. Retrieved December 7, 2022, from https://www.theesa.com/resource/2022-essential-facts-about-the-video-game-industry/

Evans, D. (2019, April 12) “Do You Love Murder Mysteries? You're Not Alone. Here's Why.”
Retrieved August 10, 2023 from
https://www.psychologytoday.com/us/blog/can-t-we-all-just-get-along/201904/do-you-love-murder-mysteries-youre-not-alone-heres-why

Halcomb, E., & Hickman, L. (2015). Mixed methods research. Nursing Standard, 29(32), 41–47. https://doi.org/10.7748/ns.29.32.41.e8858

Hastings, E. M., Jahanbakhsh, F., Karahalios, K., Marinov, D., & Bailey, B. P. (2018). Structure or nurture? Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 2(CSCW), 1–21. https://doi.org/10.1145/3274337

Hendriyana, H., Kudya, K., & Atamtajani, A. S. M. (2020). Designing marine-park-inspired batik patterns and their application on Masks as Pangandaran tourism Souvenirs during Covid-19 pandemic. Journal of Urban Society's Arts, 7(2), 74-82.

Hendriyana, H., & Ds, M. (2022). Metodologi Penelitian Penciptaan Karya Practice-Led Research and Practice-Based Research Seni Rupa, Kriya, Dan Desain–edisi Revisi. Penerbit Andi.

Hendriyana, H., & Ds, M. (2022). Rupa dasar (Nirmana): Asas dan prinsip dasar seni visual. Penerbit Andi.

Indie Rise. (n.d). 2022 INDIE RISE, New Talents Awards Presskit. Retrieved December 7, 2022, from https://indierise.games/presskit.

ISAAC, E. G. S. (2022). Building Blocks of Tabletop Game Design: An encyclopedia of mechanisms. ROUTLEDGE.

Jirousek, C. (1995). Art, design and visual thinking: An interactive textbook. Dept. of Textiles and Apparel. Cornell University.

Kloep, L., Helten, A.-L., & Peifer, C. (2023). A playful way to promote team flow: Evaluation of a positive psychological board game for Team Building. International Journal of Applied Positive Psychology, 8(2), 405–427. https://doi.org/10.1007/s41042-023-00096-4

MacInnis, D. J., Park, C. W., & Priester, J. W. (2014). Handbook of Brand Relationships. https://doi.org/10.4324/9781315703886

McKay, A., Brown, G., & Skalberg, N. (2015). Brand activation: Implementing the real drivers of sales and profit. Alex McKay.

Nababan, R., & Hendriyana, H. (2012). Parole, Sintagmatik, dan Paradigmatik Motif Batik Mega Mendung. Jurnal Seni & Budaya Panggung, 22(2), 181-191.

Neilson Bookscan. (2018) Neilson Bookdata Research Report. Retrieved August 10, 2023, from https://nielsenbook.co.uk/measure/

Paxton, C. (2021, January 28), "Customer vs. Product Centric Approaches: What's the Difference & Why Does It Matter?". Retrieved January 15, 2023, from https://www.parlor.io/blog/customer-vs-product-centric-approaches/

Perron, B., & P., W. M. J. (2009). The video game theory reader. Routledge.

Randmaa, M., Howard, T. J., & Otto, T. (2012). From product centered design to value centered design: understanding the value system. In Proceedings of the 8th International DAAAM Baltic Conference "Industrial Engineering (pp. 548-554).

Saeed, R., Zameer, H., Tufail, S., & Ahmad, I. (2015). Brand Activation: A Theoretical Perspective. Journal of Marketing and Consumer Research, 13, 94-99.

Stermac, L., & Josefowitz, N. (1985). A board game for teaching social skills to institutionalized adolescents. Journal of Child Care, 2(3), 31–38.

Vora, T. (2021, December, 29). "User-Centered Design – The Design Process and Tools". Retrieved June 27, 2023, from https://www.cuelogic.com/blog/user-centered-design.

Woods, S. (2012). Eurogames: The design, culture and play of Modern European Board games. McFarland.

Wawancara dengan: Gelar Gumilar Sudrajat, co-founder dari Naraten Studio, Bandung, 2022