

PRODUK BOARD GAME SEBAGAI MEDIA EDUKASI BERBASIS GAME-BASED LEARNING BIDANG INDUSTRI KREATIF INDONESIA (MITRA: JAGAD CREATIVE)

Rickman Roedavan¹, Bambang Pudjoatmodjo²

^{1,2} Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

*E-mail: rikman@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Jagad Creative merupakan mitra produktif yang bergerak di bidang desain, dan percetakan. Selama ini fokus utamanya adalah mengerjakan proyek buku dan kalender. Seiring dengan tren perkembangan boardgame, Jagad Creative juga ingin berkontribusi dalam industri boardgame. Namun Jagad Creative belum menguasai teknis pengembangan storytelling, mekanik dan gameflow boardgame. Sehingga tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu Jagad Creative dalam merancang sebuah prototype boardgame. Tema pengembangan boardgame tahap perdana ini adalah pengenalan 16 Subsektor Industri Kreatif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan 10 sample boardgame yang masing-masing terdiri dari 1 boardgame, 16 kartu subsektor industri kreatif, 20 kartu organisasi, dan 50 kartu talent kreatif. Implikasi dari kegiatan ini diharapkan Jagad Creative dapat memahami konsep pengembangan gameflow boardgame dan melakukan pencetakan masal terhadap produk boardgame yang diberi nama "Gathering". Rencana keberlanjutan dari kegiatan ini adalah mengembangkan gameflow boardgame sesuai dengan prototipe gameflow "Gathering" namun menggunakan tema yang berbeda untuk meningkatkan potensi komersialisasi.

Kata Kunci: *Boardgame, Game-based Learning, Industri Kreatif*

1. Pendahuluan

Jagad Creative merupakan UMKM yang bergerak di bidang industri kreatif, khususnya pada subsektor desain grafis dan percetakan. Fokus utama bisnis Jagad Creative adalah jasa pembuatan logo, foto produk, layout buku dan percetakan kalender. Sebagai salah satu UMKM yang sedang berkembang, Jagad Creative mencoba untuk meluaskan kapabilitas unit produksinya pada bidang desain grafis dan percetakan dengan mencoba memasuki industri boardgame.

Board game adalah permainan konvensional pada meja yang biasanya menggunakan papan yang telah ditandai serta menyertakan elemen kartu, permainan peran, dan permainan mini lainnya. Board game yang paling populer di masyarakat Indonesia diantaranya adalah monopoly, ular tangga, halma dan catur.

Sepintas board game adalah permainan ketinggalan jaman yang sudah tergerus dengan permainan digital berbasis mobile. Namun hasil analisis Jagad Creative menemukan bahwa pasar board game di Indonesia masih sangat potensial karena merupakan segmen pasar yang sangat spesifik.

Memasuki akhir tahun 2022 jumlah penerbit boardgame di Indonesia telah mencapai lebih dari 14 penerbit dari semula hanya 4 penerbit saja.

Dengan jumlah judul boardgame produksi Indonesia mencapai lebih dari 30 judul, Jagad Creative meyakini jika pasar board game memiliki potensi pasar yang sangat besar.

Tren perkembangan boardgame yang cukup pesat, membuat Jagad Creative juga ingin berkontribusi dalam industri boardgame. Namun sumber daya Jagad Creative belum memiliki kapabilitas yang cukup untuk melakukan penelitian pengembangan boardgame, baik dari segi storytelling, mekanik maupun gameflow boardgame.

Berdasarkan permasalahan tersebut, Jagad Creative menjalin kerja sama dengan tim Telkom University, khususnya program studi Teknologi Rekayasa Multimedia yang memang memiliki kapasitas dalam pengembangan desain game, baik game digital maupun non-digital. Target dari kerja sama ini adalah mengembangkan sebuah prototipe perdana boardgame yang diberi nama "Gathering". Boardgame ini ditujukan sebagai prove of concept dari kebutuhan Jagad Creative untuk menciptakan produk kreatif berbasis Boardgame.

2. Metodologi

Metodologi yang digunakan untuk mengembangkan boardgame ini adalah metode 4D yang terdiri dari *Define, Design, Develop dan*

Disseminate (Thiagarajan, 1974). Fase Define dilakukan untuk memutuskan tema dari boardgame yang akan dikembangkan. Boardgame yang akan dikembangkan memiliki konsep pengenalan 16 subsektor industri kreatif Indonesia. Targetnya adalah menghasilkan sebuah board dengan pola permainan klasik menggunakan dadu dan sekumpulan kartu para talenta yang dibutuhkan di industri kreatif Indonesia. Gambar 1 menunjukkan rancangan sampul dari boardgame Gathering.



Gambar 1. Cover boardgame Gathering

Fase *Design* dilakukan untuk memutuskan bentuk dari gameflow yang akan dikembangkan. Boardgame ini akan mengadopsi pola permainan dari boardgame Ticket to Ride karya Alan. R. Moon. Peraturan utama dari gameboard ini adalah Player harus menyelesaikan target Mission Card yang berisi target Organisasi dan Talent. Terdapat 16 kartu Mission (sesuai dengan jumlah subsektor industri kreatif). Gambar 2 menunjukkan contoh dari pola kartu *Mission* yang memiliki total target Investor, Media, Komunitas, dan Akademisi yang berbeda yang disajikan secara visual dalam jumlah bentuk bintang.



Gambar 2. Contoh kartu *Mission Fashion* dan *Movie/Animation*

Jagad Creative masih menekankan pola permainan klasik menggunakan dadu. Selain lebih familiar untuk dimainkan bagi masyarakat awam, pola permainan dadu juga dapat memberikan

tantangan yang menarik pada boardgame “Gathering”. Boardgame ini dirancang untuk dapat dimainkan oleh 2-4 pemain dan setiap pemain harus menguji keberuntungan dalam bereksplorasi pada board seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3. Mereka harus bergantung pada probabilitas dadu dalam mendapatkan jumlah organisasi dan talenta kreatif yang dibutuhkan.



Gambar 3. Rancangan boardgame utama

Dari hasil perancangan dan uji coba awal ditemukan jika probabilitas kemenangan dalam game cukup sulit jika harus memenuhi seluruh Talent dalam mission kartu, sehingga diberikan tambahan 5 kartu Genius yang bisa digunakan untuk melakukan substitusi pada kartu lainnya. Kartu Genius ini berfungsi layaknya kartu Joker dalam permainan remi.

Fase *Develop* dilakukan dengan melakukan pencetakan 10 sample boardgame sesuai dengan hasil rancangan yang telah dibuat. Dari hasil pencetakan, 1 unit boardgame “Gathering” terdiri dari 1 box boardgame, 1 boardgame, 5 kartu Investor, 5 kartu Media, 5 kartu Akademisi, 5 kartu Komunitas dan 45 kartu Talent dan 5 kartu Talent jenius serta komponen pelengkap seperti poin dan dadu. Gambar 4 menunjukkan contoh dari hasil pencetakan unit boardgame.



Gambar 4. Hasil cetak boardgame

Fase *Disseminate* adalah proses ujicoba hasil boardgame yang telah dikembangkan. Hasil uji pertama dilakukan antara tim pengembang kepada Jagad Creative. Selanjutnya pengujian dilakukan secara paralel antara tim pengembang dan Jagad Creative kepada target pemain lain untuk

mendapatkan feedback. Gambar 4 menunjukkan hasil uji coba boardgame di Telkom University.



Gambar 5. Uji tes boardgame

3. Hasil dan Pembahasan

Kontribusi IPTEK yang ditawarkan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah sosialisasi pengetahuan dalam perancangan boardgame. Setidaknya terdapat beberapa poin yang menjadi kontribusi utama pada kegiatan ini.

a. Pengenalan Metode 4D

Metode 4D yang menjadi dasar dalam perancangan boardgame ini telah menjadi tambahan pengetahuan baru bagi Jagad Creative. Dengan memetakan setiap fase dan timeline dengan benar, proses pengembangan boardgame dapat diselesaikan tepat waktu.

b. Desain Semiotika

Penerapan konsep semiotika atau studi ilmu ketandaan menjadi sangat krusial dalam perancangan boardgame. Jagad Creative kini telah memahami bahwa meskipun sama-sama berada pada ranah percetakan, namun konten untuk buku atau kalender berbeda dengan konten pada boardgame. Semiotika dalam boardgame sangat penting karena meski dicetak dengan kata-kata yang minimal, namun setiap elemen dalam boardgame harus tetap dapat memiliki makna dan berbicara.

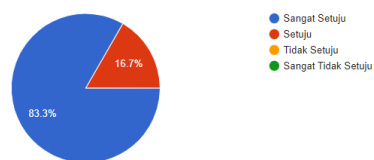
c. Manajemen Proyek

Meski sebagian besar porsi perancangan boardgame berada pada tim pengembang, namun Jagad Creative juga ikut terlibat dalam sebagian prosesnya. Hal ini tentu menambah pemahaman Jagad Creative dalam proses pengembangan boardgame khususnya dalam hal manajemen kerja tim dan pola kerja *Work From Anywhere* (WFA) yang menjadi tren pasca pandemi Covid-19. Sosialisasi awal boardgame “Gathering” pun

dilakukan secara hybrid dengan perpaduan kegiatan online dan offline.

Dari kuesioner yang diberikan kepada tim Jagad Creative terhadap kegiatan ini ditemukan jika kegiatan telah sesuai dengan yang diharapkan sebanyak 83.3% seperti yang ditunjukkan pada gambar 6.

Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri



Gambar 6. Survey kepuasan masyarakat sasaran

Namun target utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan Jagad Creative dalam membangun board game dan melakukan komersialisasi produknya. Dari hasil uji coba pada sekitar 30 target pemain, ditemukan jika durasi boardgame ini berada pada rentang 20-25 menit untuk 1 kali putaran permainan.

Nilai rentang ini dinilai masih terlalu lama dari target yang diharapkan yaitu 10-15 menit untuk 1 kali putaran permainan. Sehingga diperlukan kerja sama lanjutan dengan Jagad Creative untuk kembali merumuskan perbaikan dari prototype boardgame yang sudah dikembangkan.

4. Kesimpulan

Secara umum, kegiatan Pengabdian Masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuannya yaitu membantu Jagad Creative dalam mengembangkan sebuah prototipe boardgame yang dapat menjadi salah satu produk komersil berbasis boardgame di masa mendatang.

Namun terdapat beberapa hal dari prototype boardgame yang harus ditingkatkan pada kerja sama selanjutnya sebelum dapat memasuki fase komersialisasi. Salah satunya adalah perubahan layout boardgame untuk mempercepat waktu permainan, perbaikan visual grafis, dan perbaikan kualitas cetak.

5. Referensi

- Thiagarajan, S., Semmel, D. S & Semmel, M. I. 1974. Instructional Development for Training Teachers of Exceptional Children. Minneapolis, Minnesota: Leadership Training Institute/Special Education, University of Minnesota.