

JURNAL

PERANCANGAN *BOARD GAME* SANG PEMIMPIN UNTUK MEMUNCULKAN NILAI-NILAI KEPEMIMPINAN PADA REMAJA

Johan Novtira Jamal¹, Novian Denny Nugraha², Taufiq Wahab³

¹Prodi S1 Desain Komunikasi, Visual Fakultas Industri Kreatif, Telkom University
Jl. Telekomunikasi No 1 Terusan Buah Batu, Bandung

¹Johan.novtira@gmail.com

Abstrak

Tugas akhir ini membuat sebuah *Board game* yang bernama sang pemimpin untuk memunculkan nilai-nilai kepemimpinan pada remaja.

Berdasarkan observasi awal diketahui bahwa remaja sudah cukup tahu tentang kepemimpinan tetapi masih belum optimal. Hal tersebut terlihat dari peminatan ekstrakurikuler yang melatih kepemimpinan seperti pramuka, paskibra kurang diminati karena alasan terlalu disiplin dan lain sebagainya, sistem pengajaran di sekolah (seperti diskusi interaktif) belum optimal kepada siswa-siswinya, pengaruh dari kultur budaya asing yang kurang disaring, dan lingkungan serta pemanfaatan teknologi yang kurang baik oleh para remaja yang menyebabkan lunturnya nilai-nilai kepemimpinan seperti kedisiplinan, tanggung jawab dll.

Adapun teori yang digunakan pada perancangan ini yaitu teori *Board game*, kepemimpinan, remaja, desain komunikasi visual. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan dan studi lapangan (wawancara, observasi dan angket). Dan untuk metode penelitian yang digunakan adalah metode dengan pendekatan desain komunikasi visual.

Diperlukan sebuah solusi media yang tepat untuk memunculkan nilai-nilai kepemimpinan pada remaja. Dengan dibuatnya *Board game* ini, diharapkan dapat memberikan suasana bermain yang menarik dan juga memberikan edukasi secara interaktif sehingga remaja selain mendapatkan kesenangan dalam bermain tetapi dapat mengambil nilai-nilai/pesan yang ada pada permainan *Board game* ini.

Kata kunci : kepemimpinan, remaja, *board game*, desain komunikasi visual.

Abstract

This final assignment made a Board game who called sang pemimpin to show up the value leadership to adolescent.

Be based on beginning observation know that adolescent already enough know about leadership but still not yet optimum. In that case seen from interest extracurricular who training leadership like scouts, waver group less interest because the reason too discipline and many more, learning system at school (like interactive discussion) not yet optimum to the students, influence from west culture which less filter, environment and benefit from technology not use well by teenagers who cause faded value of leadership like discipline, responsibility, and etc.

Theory use in this design is Board Game theory, leadership, about adolescent, and visual communication design. Collecting data method use with literature study dan field study (interview, observatiion dan questionnaire). And for research method use with visual communication design method.

Require media solution effective to show leadership value to adolescent. And doing make this Board game, have hope for give some ambience playing very interested and give interactive education, with the result adolescent besides get fun in playing but adolescent have take value or message in this Board game.

Keywords : leadership, adolescent, board game, visual communication design.

1. Pendahuluan

Pada jaman sekarang ini, banyak pemimpin di negara ini seperti pejabat pemerintah, seperti presiden tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh rakyatnya. Mereka lebih mementingkan kepentingan sendiri dibandingkan untuk kepentingan bersama (rakyat). Ketidaksiuaiannya adalah tugas seperti apa yang telah dijanjikan tetapi sampai sekarang hanya sedikit yang telah memberikan bukti/hasil kepada rakyatnya. Sementara yang sebagian lagi ada yang melakukan korupsi, kolusi, dan nepotisme tanpa memikirkan kepentingan rakyat. Hal tersebut disebabkan diantaranya ketidaktegasan dalam memberikan janji artinya tidak sesuai dengan yang

ada di lapangan dan juga ketidaktegasan dalam mengambil keputusan itulah yang membuat rakyatnya kesal dengan apa yang mereka janjikan.

Artinya kepemimpinan juga harus dipahami dari sisi pelaku kepemimpinan, yang disebut dengan istilah *leader* (pemimpin), yaitu orang yang melakukan aktivitas atau kegiatan untuk memimpin. Terlihat pada generasi muda (remaja) jaman sekarang memudarnya nilai-nilai kepemimpinan yang telah dibentuk akibat dari lingkungan pergaulan yang kurang baik serta teknologi yang kurang dimanfaatkan dengan baik yang hanya mementingkan kesenangan sehingga melupakan pesan/nilai-nilai filosofi maupun nilai-nilai moral yang ingin disampaikan kepada masyarakat terutama para remaja. Karena masa remaja merupakan masa peralihan antara masa anak-anak ke masa dewasa. Dimana masa remaja biasanya memiliki energi besar, emosi yang berkobar-kobar, sedangkan pengendalian diri belum sempurna.

Melihat fenomena yang sering terjadi dalam masyarakat yang seringkali juga remaja menunjukkan adanya kontradiksi dengan nilai-nilai moral yang mereka ketahui, tidak jarang remaja mulai meragukan tentang apa yang disebut baik atau buruk. Akibatnya, remaja seringkali ingin membentuk nilai-nilai mereka sendiri yang mereka anggap benar, baik, dan pantas untuk dikembangkan di kalangan mereka sendiri.

Ternyata tidak cukup menyajikan kepemimpinan dengan hanya mengungkap sisi-sisi teoritis saja. Ruang kosong yang masih perlu digarap dalam hal ini adalah bagaimana upaya memberikan jawaban teknis sebagai tindak lanjut konsep dari teori kepemimpinan tersebut agar kemudian dapat diimplementasikan dengan baik. Untuk itulah sebaiknya generasi muda memanfaatkan peluang (ruang kosong) ini dengan cara membekali diri dengan pengetahuan kepemimpinan dan berlatih untuk memimpin. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan cara bergabung pada kelompok-kelompok kegiatan baik intrakurikuler dan ekstrakurikuler. Untuk membunikan perspektif teoritis perlu ditempuh, agar kecakapan memimpin dapat dibentuk. Dengan demikian bagi generasi muda perlu mediator untuk menuju pada kecakapan kepemimpinan yang diharapkan. Media pelatihan yang sesuai untuk mengintegrasikan teori dan praktik kepemimpinan adalah menggunakan pendekatan *Leadership game*. Dari latar belakang permasalahan di atas, terdapat beberapa pernyataan masalah, yaitu:

1. Bahwa remaja sekarang kurang menyadari akan pentingnya nilai-nilai kepemimpinan apalagi dalam aspek kehidupan hanya sebatas tahu (knowing) tetapi belum optimal pada penerapan/pengaplikasian pada kehidupan sehari-hari.
2. Pengaruh dari kultur budaya asing yang kurang disaring, dan lingkungan serta pemanfaatan teknologi yang kurang baik oleh para remaja.
3. Belum adanya media yang tepat/interaktif khusus remaja agar nilai-nilai kepemimpinan mampu membuat remaja tertarik dan lebih mudah dipahami sehingga remaja mampu mengaplikasikan nilai-nilai kepemimpinan pada kehidupan sehari-hari.
4. Perlu adanya integrasi antara teori dengan praktek agar remaja dapat lebih memahami dan lebih optimal tentang kepemimpinan sehingga mudah dalam mengaplikasikan kepemimpinan pada kehidupan sehari-hari.

Cara pengumpulan data melalui wawancara, observasi, studi literature, kuesioner, serta analisis menggunakan analisis matriks dan analisis SWOT. Metode yang digunakan pada perancangan ini menggunakan pendekatan desain komunikasi visual.

2. Dasar teori

Kepemimpinan adalah aktivitas mempengaruhi orang-orang agar mau bekerja sama untuk mencapai beberapa tujuan yang mereka inginkan Ordway Tead, 1935, dalam (Soekarso 2010:15) [1]. Remaja, yang dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, berasal dari bahasa latin yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Perkembangan lebih lanjut, menurut Hurlock, 1991, dalam (Ali 2014:9) [2]. Istilah *adolescence* sesungguhnya memiliki arti yang sangat luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Pandangan ini didukung oleh Piaget (Hurlock, 1991, dalam (Ali 2014:9) [2] yang mengatakan bahwa secara psikologis, remaja adalah suatu usia di mana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia di mana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar. Memasuki masyarakat dewasa ini mengandung banyak aspek afektif, lebih atau kurang dari usia pubertas. Menurut Mike Scorviano (2010) dalam Sejarah *Board Game* dan Psikologi Permainan [3], *board game* adalah jenis permainan di mana alat-alat atau bagian-bagian permainan ditempatkan, dipindahkan, atau digerakan pada permukaan yang telah ditandai atau dibagi-bagi menurut seperangkat aturan. Permainan mungkin didasarkan pada strategi murni, kesempatan, atau campuran dari keduanya dan biasanya memiliki tujuan yang harus dicapai. Desain karakter (Pratama, 2013:5) [4] adalah salah satu bentuk ilustrasi yang hadir dengan konsep “manusia” dengan segala atributnya (sifat, fisik, profesi, tempat tinggal bahkan kodrat) dalam bentuk yang beraneka rupa, bisa hewan, tumbuhan, ataupun benda-benda mati. Secara visual desain karakter sering disebut dengan istilah “kartun”. Biasanya hadir dengan visual yang sangat sederhana bahkan terkesan abstrak. Bentuk terdiri dari garis-garis outline, penggunaan warna-warna solid dan aplikasi bentuk yang cenderung berlebihan (eksagrasi) yang ditujukan untuk mengkomunikasikan konsep karakter yang dimiliki. Hal ini tidak terikat bahkan relatif tergantung gaya apa yang dianut oleh perancang. Perlu dipertimbangkan apakah karakter sebagai makhluk fiksi, manusia atau tidak, yang bertujuan untuk

menyenangkan penciptanya dan juga masyarakat. Sedangkan karakterisasi dasar makhluk fiksi (seleranya, ketakutannya, perilakunya) mungkin memerlukan usaha mental sedikit, karena merupakan semacam daftar emosi, fakta dan perasaan yang datang dan pergi dalam kehidupan karakter, proses realisasi visual makhluk ini mungkin tidak sederhana. Itu sebabnya banyak penulis dan pencipta karakter lebih memilih untuk mengandalkan tangan berpengalaman. Desain Komunikasi Visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa/*visual* yang disampaikan melalui media berupa desain. Desain Komunikasi Visual bertujuan menginformasikan, mempengaruhi, hingga mengubah perilaku target (*audience*) sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika, dan berbagai aspek lainnya, yang biasanya datanya didapatkan dari riset, pemikiran, *brainstorming*, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya (Anggraini & Nathalia, 2014:15) [5]

3. Data Analisis Masalah

3.1 Data Observasi dan Survei

Pemilihan media *board game* mempertimbangkan aspek psikologi pada diri remaja. Pada masa remaja, intensitas, dan kebutuhan akan bersosialisasi dan berteman mencapai puncaknya pada masa remaja dibandingkan masa-masa lainnya (Diane E. Papalia, 2009: 412) [6]. Selain itu, pemilihan media *board game* mengacu kepada hasil survei kepada anak-anak SMA di kota Bandung. Dari hasil survei yang dilakukan pada remaja SMA (15-18 tahun), bahwa *game/permainan* lebih dominan dan dengan dikemas melalui media *board game* diharapkan dapat memunculkan nilai-nilai kepemimpinan pada remaja.

3.2 Data Target dan Data Kuisisioner

Target Audience (Target personal/primer)

| | |
|--------------------------|---|
| Geografis | : Kota Bandung. |
| Psikografis (Gaya hidup) | : Remaja yang aktif, mempunyai keingintahuan akan hal-hal yang baru, yang masih suka bermain bersama teman-teman dan mempunyai daya konsumsi membeli yang tinggi. |
| Demografis | |
| Jenis Kelamin | : Laki-laki dan Perempuan |
| Pekerjaan | : Pelajar siswa-siswi (SMA) |
| Agama | : Semua agama |
| Usia | : Khususnya remaja (15-18 tahun) |
| Status Ekonomi Sosial | : Kelas menengah ke atas |

Target Market (Target umum/sekunder)

| | |
|--------------------------|--|
| Geografis | : Kota Bandung. |
| Psikografis (Gaya hidup) | : Modern (rumah, kantor, mall) |
| Demografis | |
| Jenis Kelamin | : Laki-laki dan Perempuan |
| Pekerjaan | : Pegawai kantoran, Wiraswasta, Ibu rumah tangga |
| Agama | : Semua agama |
| Usia | : 30-40 tahun |
| Status Ekonomi Sosial | : Kelas menengah ke atas |

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data berupa suatu daftar yang berisikan yang berisikan suatu rangkaian pertanyaan mengenai suatu hal atau dalam suatu bidang (Koentjaraningrat, 1997:173) [7]. Kuisisioner telah dibagikan kepada responden target audience remaja SMA di kota Bandung. Survei dilakukan dengan membagikan kuisisioner kepada 100 orang remaja SMA yang berusia 15 sampai 18 tahun dari dua Sekolah Menengah Atas. 50 siswa-siswi dari SMA Negeri 8 Bandung dan 50 siswa-siswi SMA BPI 1 Bandung. Karakter bergaya Amerika, yang dipilih oleh 55 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa, target audience lebih menyukai karakter bergaya Amerika, dan ilustrasi karakter bergaya Amerika menjadi acuan dalam perancangan karakter dalam *board game* ini. 39 responden menjawab kegiatan sepulang sekolah mereka adalah bermain, 31 diantaranya menjawab melanjutkan belajar/kursus, 30 diantaranya menjawab istirahat. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan target audience melakukan kegiatan bermain sepulang sekolah. *Game/permainan* merupakan jawaban tertinggi sebanyak 42 dari 100 responden memilih jawaban tersebut. Kemudian video/film dipilih sebanyak 38 responden, dan 20 responden memilih buku bergambar. Maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan target audience lebih tertarik kepada *game/permainan* sebagai media pembelajaran budaya dan nilai kepemimpinan yang menarik. Tentang *board game* yang pernah dimainkan oleh target audience, monopoli dan ludo adalah *board game* yang paling banyak dimainkan dan dipilih oleh 42 responden. Catur dan ular tangga

sama-sam dipilih oleh 25 responden. Dan kartu dipilih oleh 13 responden. Dan untuk intensitas dalam memainkan board game, banyak diantara target audience menjawab kadang-kadang, yang dipilih oleh 68 responden. 22 responden menjawab sering, dan 3 diantaranya menjawab sangat sering. Maka, dapat disimpulkan bahwa, board game merupakan sebuah permainan yang sering atau kadang-kadang dimainkan oleh target audience. Pada pertanyaan ke- 6, 97 dari 100 responden menjawab setuju tentang perancangan sebuah board game bertemakan kepemimpinan dan budaya nusantara. Maka, dapat disimpulkan bahwa, perancangan ini disetujui dan dianggap menarik bagi target audience sebagai media pembelajaran tentang kepemimpinan.

3.3 Data Wawancara

Dari hasil wawancara dengan Dinas Sosial di kota Bandung bahwa Karang taruna di Bandung sangat aktif dalam berbagai bidang Walikota ikut serta mendukung karang taruna sebagai wadah/sarana bagi remaja dalam melakukan kegiatan-kegiatan positif. Dari hasil wawancara dengan Dinas Pendidikan di kota Bandung bahwa baik itu SMA negeri maupun swasta, Latihan dasar kepemimpinan siswa dan pendidikan kepramukaan (seperti nilai budi pekerti, moral, disiplin, wawasan kebangsaan) diwajibkan bagi kelas X. Hasil dari Latihan dasar kepemimpinan siswa banyak yang memberikan perubahan positif pada remaja. Dari hasil wawancara dengan Wakasek kesiswaan SMA di kota Bandung bahwa untuk Ekskul (Ekstrakurikuler) di beberapa SMA negeri/swasta, peminatan PMR, paskibra, serta pramuka, jumlah siswa/i hanya 30 sampai 35 siswa/i. Alasannya : takut karena harus disiplin, takut menyita waktu belajar padahal hanya dilakukan pada hari sabtu tetapi alasan dari siswa/i banyak sekali katanya ada urusan keluarga dan lain-lain. Sama halnya dengan latihan kepemimpinan dasar siswa beberapa siswa/i tidak ikut dikarenakan alasan yang sama juga takut karena harus disiplin, takut menyita waktu belajar.

3.4 Analisis SWOT

Menurut (Freddy Rangkuti, 2006:18-19) dikutip dari tugas akhir perancangan board game sejarah perlawanan rakyat Sumatra terhadap kolonialisme untuk remaja [8], analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threat). Analisa SWOT juga merupakan sebuah metode perancangan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Analisa SWOT terhadap perancangan board game Sang Pemimpin adalah:

Perancangan konsep berdasar pilihan kombinasi Pe-Ku

Pe-Ku

- A. Belum adanya media *board game* tentang kepemimpinan yang interaktif.
- B. Menjadi *Board game* yang berangkat dengan tema Kepemimpinan dengan ilustrasi dan mekanisme permainan yang dapat melatih jiwa kepemimpinan.
- C. Dapat memberikan pesan atau pengaruh yang positif dari *Board game* pada *target audience*.
- D. Dapat mengintegrasikan antara teori dan praktek lewat media *Board game* dengan pendekatan *Leadership game* (permainan tentang Kepemimpinan).

Berdasarkan analisis SWOT di atas, peneliti menerapkan strategi PE-KU peluang (Opportunity) dan kekuatan (Strength) sebagai acuan perancangan dalam pemecahan masalah belum adanya media khusus untuk membentuk kembali atau memunculkan nilai-nilai kepemimpinan pada remaja. Dengan hasil perancangan ini nantinya diharapkan, remaja mendapatkan pembelajaran tentang nilai-nilai kepemimpinan yang nantinya para remaja bisa mengaplikasikan nilai-nilai Kepemimpinan tersebut pada kehidupan sehari-hari.

4. Pembahasan (konsep dan hasil perancangan)

4.1 Strategi Pesan/Komunikasi

Pesan yang ingin disampaikan adalah Ketegasan dalam mengambil keputusan. Jadi setiap pemain diharapkan mampu menjadi pemimpin yang nantinya bisa membawa perubahan pada rakyatnya ke arah yang lebih baik. Sehingga, *board game* sang pemimpin ini menghadirkan suasana/kondisi dimana pemain dapat merasakan menjadi seorang pemimpin baik dalam strategi bermain maupun sikap tegas dalam mengambil keputusan yang nantinya bisa diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari.

Sama halnya dalam mekanisme permainan *board game* ini, dimana pemain dihadapkan pada situasi menjadi seorang pemimpin yang mampu membawa rakyatnya ke arah yang lebih baik. Siapa pemimpin (pemain) yang bisa membawa rakyatnya ke arah yang lebih baik (bisa mencapai posisi *finish*), maka pemain mampu menjadi pemimpin yang sejati mempunyai sikap tegas dalam setiap mengambil tindakan/keputusan.

Dan dalam *board game* ini menggunakan *role playing* karakter-karakter dari beberapa tipe seperti : Adolf hitler (Pemimpin Otoriter), Soekarno (Pemimpin Kharismatik), Mahatma Gandhi (Pemimpin Demokratis), dan Benjamin Franklin (Pemimpin Liberal) sebagai karakter dalam *board game* ini. agar pemain terutama remaja dapat jauh lebih mengenal dengan tipe dari karakter pemimpin. Secara umum, tujuan atau pesan yang akan disampaikan pada perancangan *board game* sang pemimpin untuk memunculkan nilai-nilai kepemimpinan pada remaja, diantaranya:

1. Mengubah Perilaku

Masyarakat, khususnya remaja di kota Bandung dapat mempunyai jiwa kepemimpinan yang mampu merubah daerahnya maupun bangsanya ke arah yang lebih baik.

2. Mengubah Pendapat

Mengubah pandangan masyarakat khususnya remaja akan nilai-nilai kepemimpinan yang membosankan dan ketinggalan zaman.

3. Mengubah Sikap

Memberikan motivasi kepada masyarakat khususnya remaja di kota Bandung untuk menjadi jujur terpercaya, bijaksana, bersikap wajar, tegas, dan bertanggung jawab atas keputusan yang diambil.

4.2 Strategi Kreatif

Strategi atau pendekatan kreatif yang dilakukan dalam perancangan ini adalah dengan memunculkan nilai-nilai kepemimpinan dalam bentuk sebuah permainan atau *game*. Media perancangan yang dibuat adalah *Board game*. *Board game* ini nantinya selain mengkomunikasikan pesan nilai-nilai kepemimpinan, tetapi tidak lupa untuk menampilkan karakter-karakter dari beberapa tipe seperti : Adolf hitler (Pemimpin Otoriter), Soekarno (Pemimpin Kharismatik), Mahatma Gandhi (Pemimpin Demokratis), dan Benjamin Franklin (Pemimpin Liberal) dengan *setting* atau latar kerajaan dahulu seperti kastil kerajaan dengan nuansa hijau alam dan pegunungan dan dengan gaya visual realis (pendekatan gaya marvel sesuai dengan banyak pilihan pada kuesioner). Dan juga strategi kreatif yang akan dibuat disesuaikan dengan *insight target audience* itu sendiri agar pesan dapat terkomunikasikan dengan baik.

4.3 Strategi Media

Strategi media primer dalam perancangan Sang Pemimpin ini untuk memunculkan nilai-nilai kepemimpinan pada remaja adalah *board game*. Disertai perancangan perangkat media promosi yang tepat sebagai media sekondernya. *Board game* adalah salah satu jenis permainan populer dan industry pesat di negara-negara maju. Dimana anak-anak, remaja, dewasa sangat menggemari jenis permainan ini. Biasanya mereka bermain dengan teman ataupun keluarga. Untuk Indonesia sendiri, pengetahuan tentang *board game* masih sangat minim. Di Indonesia, *board game* hanya baru dimainkan oleh kalangan-kalangan tertentu yang terbentuk dalam sebuah komunitas pecinta *board game*. Perancangan ini juga bertujuan untuk memperkenalkan *board game* sebagai media permainan yang baru dan menyenangkan. Dengan mengangkat tema memunculkan nilai-nilai kepemimpinan menjadi sebuah nilai positif bagi masyarakat khususnya para remaja sebagai *target audience* dari perancangan *board game* ini. Media pendukung perancangan diperlukan sebagai penunjang media utama sebagai bentuk promosi. Media pendukung yang dirancang diantaranya: Poster, T-shirt, dan Gimmick.

4.4 Strategi Visual

4.4.1 Ilustrasi

1. Board game



Gambar 4.1 *Board game* sang pemimpin (Dari kiri: bagian depan dan belakang)

Sumber : Dokumentasi penulis

Sang pemimpin Board Game adalah sebuah jenis permainan papan tentang kepemimpinan seorang pemimpin yang mampu membawa rakyatnya ke hidup/arrah yang lebih baik. Dalam permainan ini, pemain membutuhkan strategi yang tepat dan juga ketegasan dalam mengambil keputusan yang diambilnya sampai rakyatnya sampai menuju finish atau (hidup yang lebih baik). Setiap memutuskan dalam situasi memilih kartu, pemain dikondisikan sedang menjadi seorang pemimpin dimana pada saat memilih kartu seperti sedang menentukan sikap dalam mengambil sebuah keputusan apakah keputusan itu mampu cepat membawa dampak baik bagi rakyatnya atau sebaliknya.

2. Brand Name

Nama perancangan *brand* identitas untuk *board game* ini adalah Sang Pemimpin. Sang Pemimpin itu sendiri dipilih karena fenomena para pemimpin kita yang kurang tegas dalam pengambilan keputusan sehingga menjadi seorang pemimpin itu tidak semudah membalikkan telapak tangan. Maka dari itu, penulis memilih *brand* identitas pada *board game* ini untuk membuat pemain khususnya remaja sebagai *target audience* menjadi seorang pemimpin yang mampu memimpin yang dapat membuat keputusan yang baik (*lead to make good decision*), baik bagi dirinya maupun orang lain atau menjadi seorang pemimpin yang tegas dalam setiap membuat maupun dalam pengambilan keputusan.

3. Logo

Perancangan logo Sang Pemimpin *board game* menampilkan visual berupa *silhouette* dari *board game* Sang Pemimpin, yaitu tahta/singgasana dengan *logotype* Sang Pemimpin dan simbol yang mewakili tentang seorang raja/pemimpin dengan tagline “Setiap Keputusan Ada di Tanganmu”. Warna baik pada *logogram* maupun *logotype* menggunakan warna hitam, karena disesuaikan dengan *background* pada *packaging* / kemasan pada *board game* ini. Dan pemilihan warna hitam dan emas baik pada *logogram* maupun *logotype* melambangkan klasik, elegan, dan mengikuti kecendrungan sosial dalam buku logo karya Suriyanto Rustan (2009:72-73) [9]. Selain itu juga, logo sang pemimpin terdapat 2 pilihan, sehingga dapat disesuaikan layout pada media apapun.



Gambar 4.2 Logo *Board game* sang pemimpin
Sumber : Dokumentasi penulis

4. Tipografi

Typeface utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah Umber SSI dan Batang. Huruf ini dipilih karena karakternya yang klasik yang cocok dalam penerapan hasil rancangan Sang Pemimpin *Board game*.

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !@#\$%^&*()
 ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 !@#\$%^&*()
 1234567890

Gambar 4.3 Dari Atas: Huruf Umber SSI dan Huruf Batang

Sumber : Dokumentasi penulis

5. Warna



Gambar 4.4 Warna Identitas
Sumber : Dokumentasi penulis

Menurut (Surianto Rustan 2009:72-73) [9] dalam buku “ Mendesain Logo” menjelaskan bahwa warna memainkan peran yang sangat besar dalam pengambilan keputusan saat membeli barang. Berikut ini adalah daftar warna dan maknanya. (diambil dari berbagai sumber)

1. Hijau
Warna Hijau Tua bermakna kesuburan, alam, lingkungan hidup, pertumbuhan, keseimbangan.
2. Coklat
Warna Coklat bermakna tenang, berani, alam, kesuburan, membumi, simple, persahabatan.
3. Biru
Warna Biru bermakna kesatuan, harmoni, bersih, bijaksana, kuat, ramah.
4. Merah
Warna Merah bermakna energi, ambisi, pemimpin, suci, tulus.
5. Kuning
Warna Kuning bermakna optimis, cerdas, harapan, persahabatan.

4.5 Hasil Perancangan



5. Penutup

5.1 Kesimpulan

Kepemimpinan pada remaja memang tidak bisa terbentuk langsung begitu saja, tetapi ada tahapan/proses seperti dasar-dasar kepemimpinan yang ada di sekolah baik pelajaran sekolah (intrakurikuler) maupun kegiatan sekolah (ekstrakurikuler). Tetapi teori tentang dasar-dasar kepemimpinan tidak cukup bagi remaja semua itu harus dilakukan bersama dengan praktek sehingga remaja mempunyai gambaran yang jelas tentang bagaimana mensikapi, memahami, dan menilai kepemimpinan termasuk cara mengimplementasikan teori tersebut dalam

kehidupan sehari-hari. Remaja sekarang ini membutuhkan media yang tepat selain pemberian pendidikan karakter yang harus optimal, juga membutuhkan media pembelajaran selain memberikan edukasi tetapi ada nilai fun (kesenangan) sehingga para remaja dapat terpacu untuk memunculkan kembali nilai-nilai kepemimpinan yang luntur akibat dari pergaulan yang kurang baik, kurang memanfaatkan teknologi dengan baik, dan adanya pengaruh kultur budaya asing yang mendominasi di Indonesia. Dengan adanya Board game sang pemimpin ini, diharapkan dapat memicu/memunculkan kembali nilai-nilai kepemimpinan pada remaja, sehingga Board game sang pemimpin ini dikenal sebagai pelopor media interaktif bagi para remaja.

5.2 Saran

Penulis mencoba memberikan saran terhadap *Board game* sang pemimpin ini agar dibuat lebih pada tantangannya sehingga penekanan pada pesan yang ingin disampaikan (nilai-nilai kepemimpinan) lebih terarah pada sasaran yang dituju yaitu remaja, sehingga dapat membantu dan melatih remaja apabila pada kehidupan sehari-hari kelak menjadi seorang pemimpin.

Daftar Pustaka

- [1] Soekarso, Agus Sosro & dkk. 2010. Teori Kepemimpinan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- [2] Ali Mohammad, Mohammad Asrori. 2014. Psikologi Remaja; Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- [3] Scoviano, Mike. Sejarah Board Game. Diakses dari m.tnol.co.id/games-jackmilyarder.board-game-history.html pada 10 Desember 2014, 16.30 WIB
- [4] Pratama, Rangga. 2013. Understanding Character Design.
- [5] Anggraini, S, Lia & Kirana Nathalia. 2014. "Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula". Bandung: Nuansa Cendikia.
- [6] E. Papalia, Diane., Wendkos Olds, Sally., Duskin Feldman, Ruth. 2009. Human Development. New York: McGraw-Hill.
- [7] Koetjaraningrat. 1997. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.
- [8] Syauqi, Luthfi Muhammad. 2014. Perancangan Board game Sejarah Perlawanan Rakyat Sumatera Terhadap kolonialisme Untuk Remaja. Tugas Akhir, Jurusan Desain Komunikasi Visual, Telkom University.
- [9] Rustan, Suriyanto. 2009. "Mendesain Logo". Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Referensi/sumber lain

- Von Neumann, John; Morgenstern, Oskar. (1944). Theory of Games and Economic Behavior (60th Anniversary Edition), United States: Princeton University Press.
- Wisana, G. Nelson. Mengapa Board Game. Diakses dari arulingame.blogspot.com/p/mengapa-board-game.html?m=1 pada 10 Desember 2014, 15.20 WIB