

BAB III

ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Setelah melalui tahap identifikasi data pada bab sebelumnya, data tersebut akan digunakan untuk masuk ke dalam bab ini yaitu analisis data dan konsep perancangan *Board Game* pasar terapung.

A. Analisa Data

1. Segmentasi

a. Target Market

1) Demografis

Target Market Anak : 7 – 11 Tahun

Target Ekonomi : Menengah ke atas

Agama : Semua agama

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

2) Geografis

Geografis yang dipilih dalam perancangan *Board Game* pasar terapung ini sendiri adalah Kalimantan Selatan yang merupakan daerah asal pasar terapung dan juga sebagai salah satu bentuk membantu para pengajar untuk memperkenalkan pasar terapung lebih jauh kepada anak-anak melalui media yang menarik.

3) Psikografis

Dimana anak-anak menyukai hal-hal yang sedang *happening*, dan juga cenderung untuk lebih konsumtif pada

sesuatu yang mereka inginkan. Anak-anak yang gemar dengan permainan yang memiliki peraturan tersendiri.

4) Behavior

Anak-anak yang suka bermain dalam suatu kelompok dan suka mencoba hal-hal baru, biasanya anak yang menyukai hal-hal baru cenderung anak yang kreatif dan aktif, mereka suka mengeksplorasi, dan berminat melakukan banyak hal.

b. Target Audiens

1) Demografis

Target Pembelian : Orang Tua

Target Ekonomi : Menengah ke atas

Agama : Semua Agama

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

2) Geografis

Menurut wilayah dan daerah asalnya yaitu Kalimantan Selatan.

3) Psikografis

Pada segi psikografis, maka target sasaran pembelian ini adalah orang tua yang ingin memberikan anaknya permainan yang berjenis edukasi dan yang dapat dimainkan secara berkelompok agar anaknya dapat berinteraksi dengan teman-temannya.

4) Behavior

Orang tua yang senang memberikan media pembelajaran kepada anak dengan menggunakan media permainan sebagai sarana agar anak dapat aktif bergerak dan berfikir dikarenakan dapat membantu membatasi dalam penggunaan *gadget* yang dirasa dapat menurunkan daya aktif anak dan kemampuan anak dalam berinteraksi dengan orang lain. Anak dapat menjadi lebih individual saat terlalu nyaman menggunakan *gadget* dan menyebabkan berkurangnya rasa peduli terhadap orang sekitar.

B. USP (Unique Selling Proposition)

USP (Unique Selling Proposition) merupakan sebuah pendekatan yang berfokus kepada keunggulan atau kelebihan suatu produk yang tidak dimiliki oleh produk lain, yang merupakan sesuatu alasan konsumen akan menggunakan produk tersebut. USP yang dimiliki pada pasar terapung ini tidak ada pada pasar tradisional darat. Jika pasar tradisional darat berada di darat sedangkan aktivitas perdagangan di pasar terapung dilakukan di atas air, selain itu cara bertransaksi yang dimiliki oleh pasar tradisional darat yaitu dengan pembeli mendatangi pedagang sedangkan pasar terapung memiliki hal yang unik yaitu para pembeli bisa ikut menaiki jukung yang dimiliki oleh para pedagang dan transaksi jual beli dilakukan di atas jukung. Masih dilakukannya transaksi antar pedagang secara barter atau dalam Bahasa Banjar disebut *bapanduk*, barter yang masih ada ini adalah sistem tukar barang tanpa uang. Jukung yang digunakan para pembeli dapat pula membawa mereka menyusuri sepanjang sungai Martapura.

C. ESP (Emotional Selling Proposition)

Emotional Selling Proposition (ESP) yang akan di dapatkan oleh anak-anak setelah memainkan *Board Game* pasar terapung ini adalah akan membuat anak mampu mengatur strategi dengan baik dan dapat meningkatkan serta mengasah kemampuan interaksi sosial anak dan teman-temannya.

D. Positioning

Positioning dalam *Board Game* edukasi pasar terapung ini adalah berdasarkan target audiens berusia 7-11 tahun yang suka bermain dalam suatu kelompok dan juga menyukai tantangan. Bahasa visual yang tepat adalah menggunakan penjelasan yang sederhana namun rinci agar mudah dipahami oleh anak-anak, dan juga menggunakan warna-warna yang cerah agar dapat menarik perhatian anak-anak. Gaya visual yang digunakan adalah kartun dengan kesan yang lucu dan ceria. Kartun memiliki ciri gambar yang agak ringkas, mudah dipahami dan dikenali oleh semua kalangan.

E. Strategi Kreatif

Dibuatnya perancangan *Board Game* tentang pasar terapung ini adalah untuk mengenalkan lebih dekat tentang pasar terapung kepada anak-anak. Strategi kreatif diperlukan untuk menjelaskan informasi dalam penyampaian visual yang bertujuan mencapai target agar tepat sasaran dan menjadi lebih efektif. Strategi kreatif yang digunakan :

1. Konsep Estetis

a. Visual

1) Layout

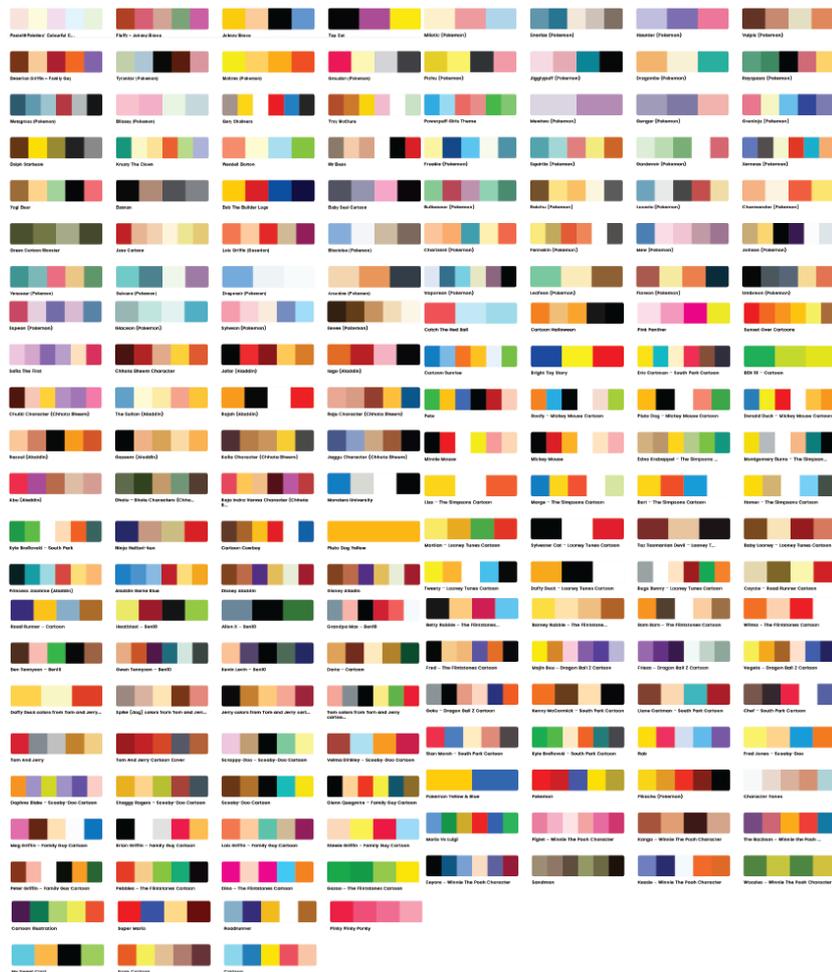
Layout atau tata letak merupakan metode dalam menyusun elemen visual yang ada di dalam desain, yang terdiri atas grafis (*graphic*), tipografi (*typography*), dan ruang (*space*) yang ada pada kesatuan desain sebagai alat pendukung media komunikasi. Jenis *layout* yang digunakan dalam perancangan *board game* ini adalah *axial layout* yang tampilan visualnya terdapat dibagian tengah halaman dan terdapat elemen pendukung disekitar gambar utama yang biasanya dalam bentuk gambar atau tulisan yang terkait dengan tampilan tengah sebagai titik pusatnya.



Gambar 17. Contoh *Layout* dengan *Axial Layout*
Sumber : <https://pin.it/5hxpVE6>, 2022

2) Warna

Warna memberikan komposisi tersendiri dalam suatu desain. Di dalam dunia desain, bagus atau tidaknya warna itu tergantung dari selera dan persepsi masing-masing orang yang melihat. Namun yang pertama kali ditangkap oleh manusia selain bentuk adalah warna. Warna merupakan sebuah subjek yang menjadi salah satu hal penting dalam mempengaruhi daya tarik suatu benda atau karya.

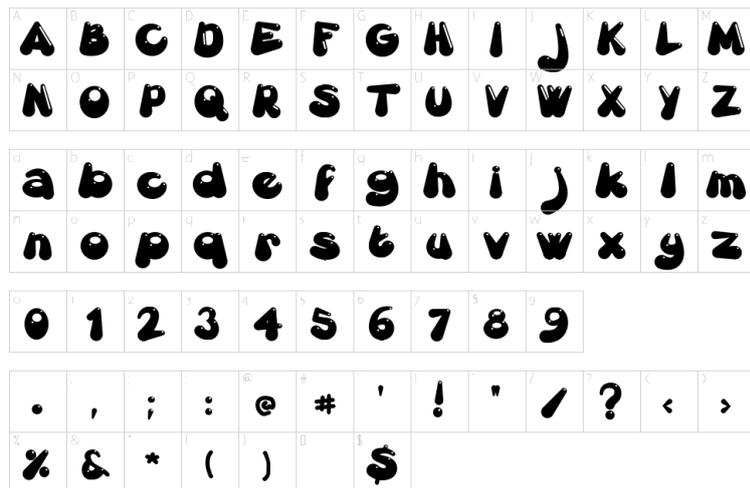


Gambar 18. Palet Warna kartun
 Sumber : <https://www.scheme-color.com/color/cartoon>,
 2022

Pemilihan warna kartun dengan dominan warna cerah yang cocok dengan targetnya yaitu anak-anak. Karena, warna-warna cerah di mata mereka dianggap terlihat lebih atraktif.

3) Tipografi

Tipografi menghubungkan komunikasi dan informasi yang tidak berdiri sendiri secara eksklusif (Rustan, 2013, h. 04). Tipografi yang dipilih dalam perancangan board game tentang pasar terapung ini ada dua, yaitu :



Gambar 19. *Font Gretoon*

Sumber : [https://www.1001freefonts.com/gretoon-](https://www.1001freefonts.com/gretoon-highlight.font)

[highlight.font](https://www.1001freefonts.com/gretoon-highlight.font), 2022

Alasan dipilihnya *font Gretoon* dalam perancangan Board Game tentang pasar terapung ini ialah penggunaan font yang dinamis dengan tebal tipis yang bervariasi akan memberikan kesan yang fun.



Gambar 20. *Font louis george*

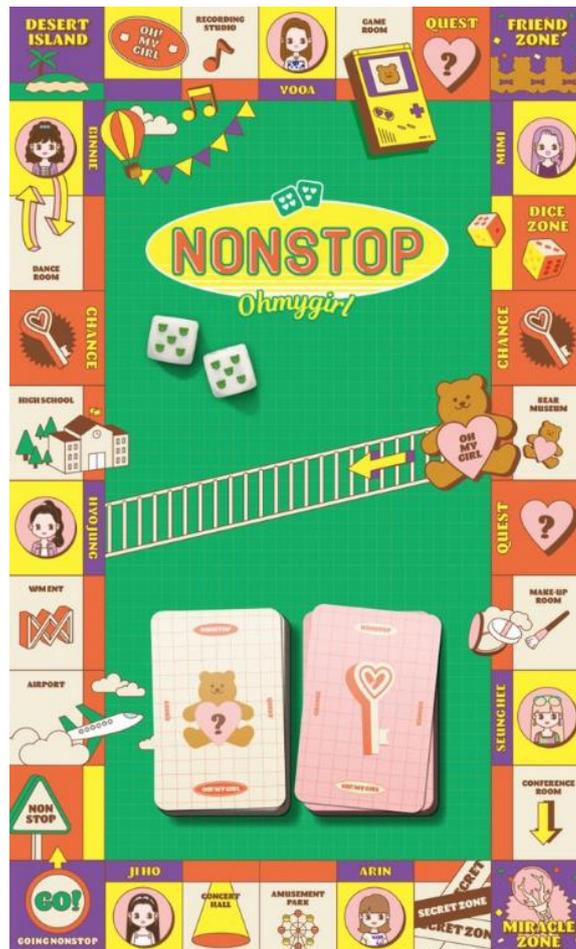
Sumber : <https://www.dafont.com/louis-george-caf.font>,
2022

Alasan pemilihan *font louis george* dalam perancangan *Board Game* tentang pasar terapung ini adalah menggunakan font yang tegas untuk memperjelas dalam menyampaikan informasi tentang kualitas dan keunggulan produk yang ditawarkan kepada khalayak umum.

4) Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah media penyampaian dengan penggambaran berfungsi menjelaskan pesan yang ingin disampaikan (Maharsi, 2016, h.2). Ilustrasi yang ditampilkan harus dapat merangsang imajinasi anak-anak yang melihat, karena umumnya anak-anak cenderung lebih tertarik pada ilustrasi yang menarik perhatian mereka. Ilustrasi yang digunakan pada

perancangan board game tentang pasar terapung ini adalah menggunakan ilustrasi kartun yang memiliki ciri khas lucu yang sesuai dengan target audiensnya yaitu anak-anak.



Gambar 21. Contoh Ilustrasi
Sumber : <https://pin.it/2AqJrNs>, 2022



Gambar 22. Contoh Kartun

Sumber : <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/creative-boy-and-girl-playing-sailor-vector-18871375>, 2022

b. Konsep Verbal

1) *Headline*

Headline adalah elemen terpenting dalam sebuah komunikasi pemasaran. *Headline* merupakan judul dari iklan, suatu hal yang pertama kali dibaca dan dapat menarik minat khalayak agar membaca *subheadline* lebih lanjut.

Headline yang digunakan dalam perancangan board game tentang pasar terapung adalah :

“*Board Game* Pasar Terapung”

2) *Subheadline*

Subheadline berfungsi sebagai penguat suatu ide atau gagasan dari sebuah *Headline*. Kalimat dari *Subheadline* harus lebih jelas dan menarik agar mudah dipahami oleh target *audiens*.

Subheadline yang digunakan adalah :

“Mengetahui lebih dekat Pasar Terapung”

3) Slogan

Tagline atau slogan digunakan untuk menetapkan, menguatkan, ataupun memberikan nilai sebuah produk. Maka dari itu, sebuah slogan sebaiknya memberikan efek yang merealisasikan pesan utama yang berkaitan dengan napa yang dipromosikan.

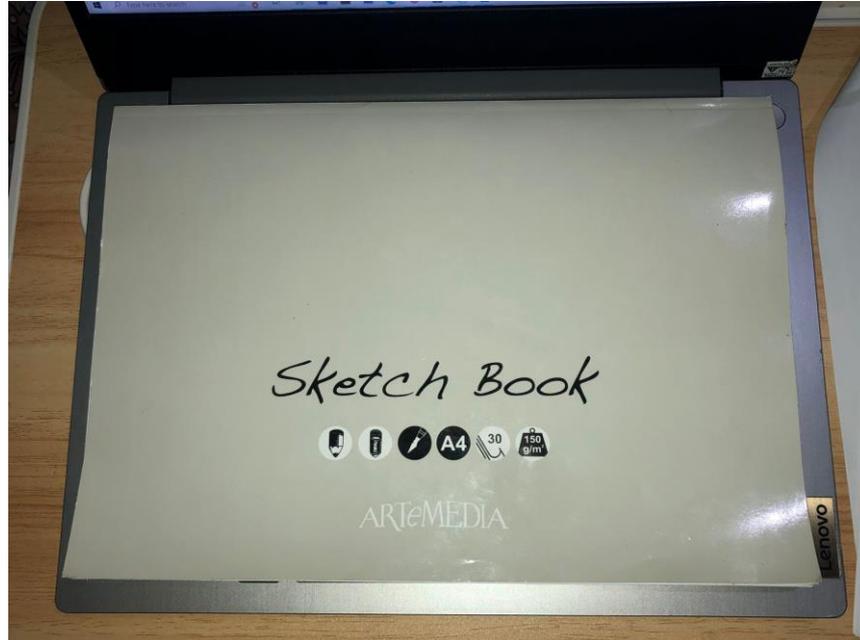
Slogan yang digunakan adalah :

“Kayuh Baimbai” dalam Bahasa Indonesianya adalah “Dayung Bersama-sama”

2. Konsep Teknis

Proses perancangan *Board Game* tentang pasar terapung ini menggunakan beberapa alat dan software sebagai sarana dalam membuat sketsa dan desain. Tahap yang dilalui dalam membuat desain ini melalui sketsa manual dan dibuat kedalam bentuk digital sebagai *finishing* dalam desainnya. Adapun beberapa alat dan software yang digunakan dari awal hingga akhir dalam proses pembuatannya sebagai berikut :

a. Sketsa

Gambar 23. *Sketchbook*

Sumber : Rizky Moulida Adiningtyas, 2022



Gambar 24. Pensil 2B

Sumber: <https://faber-castell.co.id/castell-9000-pensil-ujian--2b/>, 2022

Membuat sketsa awal untuk *cover packaging* dan *Board Game* tentang pasar terapung dibuat secara manual menggunakan *sketchbook* dibandingkan dengan HVS dikarenakan ia lebih tebal dan kokoh, pensil 2B, dan penghapus.

b. *Scan* hasil sketsa



Gambar 25. *Print Scanner*

Sumber: <https://my.canon/en/consumer/pixma-mg2577s/product>, 2022

Setelah membuat sketsa manual di *sketchbook* tahap selanjutnya adalah menscan hasil sketsa ke dalam computer agar dapat di tracing sebagai tahap selanjutnya.

c. *Tracing*



Gambar 26. *Pentab Wacom*

Sumber : <https://www.wacom.com/en-us/products/pen-tablets/one-by-wacom>, 2022

Setelah hasil scan telah masuk ke dalam komputer, tahap selanjutnya adalah mentracing gambar di aplikasi *Adobe Illustrator* untuk sebagai tahap terakhir dalam pembuatan desain *Board Game* tentang pasar terapung.

d. *Adobe Illustrator*



Gambar 27. *Adobe Illustrator*

Sumber: <https://sekolahdesain.com/sejarah-adobe-ilustrator/>, 2022

Adobe Illustrator merupakan salah satu program pengolah grafis berbasis vector yang telah lama dikenal dan digunakan oleh para desainer grafis dari pemula hingga professional (Andi 2011:2). Dibandingkan dengan program grafis lain, *Adobe Illustrator* memiliki banyak fasilitas dan keunggulan. Yang mana kegunaan *Adobe Illustrator* banyak dimanfaatkan dalam penggunaannya dalam pembuatan desain 2D dan 3D. Gambar yang dihasilkan pun berkualitas, terutama Ketika berhubungan dengan lengkungan, garis, dan sudut.

F. Media Plan

a. Media Utama

1. Board Game

a. Alasan Pemilihan Media

Media utama dari perancangan ini adalah melalui media permainan *Board Game*. Permainan ini melibatkan 1 sampai 3 pemain untuk dapat memainkan permainan *Board Game* ini.

b. Konsep Desain

Desain dalam board game ini sendiri merupakan map yang berisi 3 tempat pasar terapung yang berbeda yang dapat dikunjungi oleh para pengunjung untuk dapat membeli sesuai dengan kartu misi.

c. Penempatan Media

Digunakan sebagai media papan dalam permainan.

2. Pion

a. Alasan Pemilihan Media

Sebagai media utama dalam mempresentasikan para pemain untuk membedakan dari pemain satu dengan pemain lainnya.

b. Konsep Desain

Konsep desain dari pion ini sendiri terdapat 3 macam bentuk jukung dan memiliki merah, biru, dan kuning.

c. Penempatan Media

Pion diberikan kepada para pemain untuk para pemain saat mendapatkan giliran.

3. Spinning Wheels

a. Alasan Pemilihan Media

Spinning Wheels digunakan sebagai penentu jumlah langkah yang akan diambil oleh pemain.

b. Konsep Desain

Konsep desain dari *Spinning Wheels* ini berbentuk lingkaran berwarna kuning dan terdapat 9 angka dengan cara bermainnya menggunakan putaran.

c. Penempatan Media

Spinning Wheels ditempatkan diatas *board game* agar mudah dijangkau oleh 3 pemain.

4. Instruksi Manual

a. Alasan Pemilihan Media

Instruksi manual digunakan sebagai sarana penjelasan tentang peraturan-peraturan permainan *Board Game* ini.

b. Konsep Desain

Menggunakan ilustrasi yang simple dan terdapat peraturan-peraturan tentang permainan *Board Game* ini dan juga terdapat objektif permainan yang bagaimana para pemain dapat memenangkan dan pemain dapat kalah dalam permainan ini.

c. Penempatan Media

Instruksi manual ada di dalam paket permainan *Board Game* pasar terapung ini.

5. Kartu (Destinasi & Misi)

a. Alasan Pemilihan Media

Kartu destinasi digunakan untuk menentukan destinasi yang akan dikunjungi para pemain, sedangkan kartu misi digunakan sebagai penentu misi yang akan dijalankan oleh para pemain.

b. Konsep Desain

Kartu destinasi memiliki 3 tempat yang berbedaa-beda. Kartu misi dituliskan secara singkat barang yang harus dibeli oleh pengunjung dan di pasar terapung mana pengunjung bisa mendapatkannya. Kartu misi dibagi menjadi 3 kategori sesuai warnanya.

c. Penempatan Media

Kartu diberikan kepada para pemain saat para pemain telah selesai menggulirkan dadunya.

6. Token uang

a. Alasan Pemilihan Media

Token digunakan sebagai koin jual beli dalam permainan.

d. Konsep Desain

Konsep dari token itu sendiri berbentuk bulat kecil berwarna kuning.

e. Penempatan Media

Token diberikan kepada para pemain sebagai alat jual beli yang dapat digunakan untuk membeli disaat misi sedang berjalan.

7. Token Buah & Sayur

b. Alasan Pemilihan Media

Misi yang didapatkan oleh para pemain adalah untuk membeli buah dan sayur yang telah tersedia di tiap destinasi.

c. Konsep Desain

Konsep dari token itu sendiri berbentuk buah dan sayur

d. Penempatan Media

Masing-masing destinasi terdapat 6 token yang berbeda yang harus dibeli sesuai kartu misi yang telah didapatkan oleh para pemain.

8. *Packaging*

a. Alasan Pemilihan Media

Packaging digunakan sebagai kemasan dari produk *Board Game* tentang pasar terapung itu sendiri agar terlihat lebih rapi.

b. Konsep Desain

Menggunakan ilustrasi *Board Game* tentang pasar Terapung yang berisi *Headline*, *Subheadline*, dan juga slogan agar lebih menarik menggunakan warna-warna yang cerah. Bentuk dari packagingsnya itu sendiri adalah kotak.

c. Penempatan Media

Diberikan kepada para pembeli *Board Game* tentang pasar terapung.

c. Media Pendukung

1) Poster

a. Alasan Pemilihan Media

Poster merupakan media promosi yang sangat efektif, jika dirancang dengan baik akan membuat orang-orang tertarik untuk melihatnya.

b. Konsep Desain

Menggunakan desain ilustrasi *Board Game* tentang pasar terapung, dan terdapat *headline*, *subheadline*, dan slogan yang menarik. Dibuat dalam ukuran A3 dan menggunakan warna-warna yang cerah agar orang-orang tertarik.

c. Penempatan Media

Ditempat umum.

2) *Sticker Pack*

a. Alasan Pemilihan Media

Sticker pack akan digunakan sebagai media promosi untuk yang belum mengetahui tentang *Board Game* ini dan juga akan termasuk ke dalam paket yang telah membeli *Board Game* ini.

b. Konsep Desain

Menggunakan ilustrasi dari *Board Game* tentang pasar terapung.

c. Penempatan Media

Sticker pack akan termasuk kedalam pembelian *Board Game* tentang pasar terapung, dan juga kepada pengunjung sebagai bentuk promosi.

3) *Tripod Banner*

a. Alasan Pemilihan Media

Sebagai salah satu media promosi untuk *outdoor display* yang cukup efektif menyampaikan pesan kepada orang-orang tentang *Board Game* ini, dikarenakan ukuran *tripod banner* yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan.

b. Konsep Desain

Tripod Banner ini dibuat dalam bentuk persegi panjang dengan penempatan desainnya secara vertical, isi desain dalam *Roll Banner* ini adalah ilustrasi seperti pada *poster* yang akan dibuat.

c. Penempatan Media

Tripod Banner ditempatkan pada sisi booth depan pameran.

4) *Totebag*

a. Alasan Pemilihan Media

Totebag dipilih sebagai media pendukung digunakan sebagai pelengkap Ketika orang akan membeli *Board Game* tentang pasar terapung ini.

b. Konsep Desain

Bentuk dari totebag ini sendiri seperti *totebag* pada umumnya dengan berwarna cream dan terdapat gambar yang digunakan pada *packaging Board Game* pasar terapung pada bagian depannya.

c. Penempatan Media

Sebagai pengganti pembungkus plastik untuk mempermudah membawa permainan *Board Game* ini kemana saja.

5) Kaos

a. Alasan Pemilihan Media

Karena kaos dianggap sebagai penyampaian media yang efektif dalam menyampaikan sebuah pesan karena dengan mudah dilihat oleh khalayak umum.

b. Konsep Desain

Kaos dengan berwarna putih polos dengan diberi karakter anak-anak ditengahnya.

c. Penempatan Media

Sebagai pajangan media promosi.

6) *Pouch* pion, token uang, buah & sayur

a. Alasan Pemilihan Media

Karena pembungkus menggunakan kertas mudah rusak maka dari itu diganti dengan menggunakan pouch berbahan kanvas

b. Konsep Desain

Pouch serut berwarna putih dengan ilustrasi karakter anak-anak dengan headline, subheadline, dan juga slogan.

c. Penempatan Media

Sebagai pembungkus pion, token uang, buah & sayur

7) Alat tulis (Notebook, pensil & penghapus)

a. Alasan Pemilihan Media

Alat tulis sangat berguna untuk anak-anak meningkatkan kreativitasnya.

b. Konsep Desain

Dibuat dengan diberi ilustrasi karakter anak-anak.

c. Penempatan Media

Bonus dalam paket pembelian *Board Game*.

8) Pita Kartu

a. Alasan Pemilihan Media

Sebagai pembeda antara kartu destinasi dan kartu misi

b. Konsep Desain

Dibuat dengan ilustrasi tanda seru sebagai penanda kartu misi dan ilustrasi jukung sebagai penanda kartu destinasi

c. Penempatan Media

Pembungkus kartu destinasi dan kartu misi.

9) *Standing Character*

a. Alasan Pemilihan Media

Standing character sangat efektif digunakan sebagai media promosi, dikarenakan targetnya adalah anak-anak yang akan langsung tertarik jika melihatnya.

b. Konsep media

Konsep dari *standing character* ini sendiri adalah berisi ilustrasi 3 anak-anak ada yang menggunakan *tanggui* dan *laung* yang menggambarkan Banjarmasin dan juga terdapat slogan, headline, dan subheadline.

c. Penempatan Media

Diletakkan pada sisi pameran.