

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL *BOARD GAME* PENGENALAN DESTINASI WISATA KOTA PALEMBANG UNTUK ANAK USIA 9-12 TAHUN

Maharani¹⁾, Yosef Yulius²⁾, Bobby Halim³⁾

*^{1), 2), 3)} Desain Komunikasi Visual, Universitas Indo Global Mandiri Palembang
Jl. Jend. Sudirman No.Km.4 No. 62, 20 Ilir D. IV, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129
Email : maharani26900@gmail.com¹⁾, yosef_dkv@uigm.ac.id²⁾, bobby_dkv@uigm.ac.id³⁾*

ABSTRACT

Palembang city is a city in which there are many tourist destinations, both natural, man-made, or historical and cultural tourism. Palembang city is the provincial capital in South Sumatra. The main study of this research is focused on the identification, analysis and design of the prototype board game and other supporting media. This design uses design thinking planning methods including premedia, main media and follow-up media. Data were collected through observation, questionnaires, interviews, literature and websites. The data is then identified, classified, selected, then analyzed using the 5W+1H, SWOT method and interpreted according to the text and context. The design of the visual communication board game for the introduction of Palembang tourist destinations for children aged 9-12 years is used as a visual communication medium which is the discussion of this design. This design aims to introduce tourist destinations in the city of Palembang to the target audience, namely children aged 9-12 years. In this design, the media produced are board games, posters, t-shirts, keychains, books, pens, pouches, tumblers, bags, and hats.

Keywords: *Tourism, Palembang, Board Game.*

ABSTRAK

Kota Palembang merupakan kota yang di dalamnya terdapat banyak destinasi wisata baik alam, buatan manusia, ataupun wisata sejarah dan budaya. Kota Palembang merupakan ibu kota provinsi di Sumatera Selatan. Kajian utama penelitian ini dititikberatkan pada identifikasi, analisa dan perancangan pada karya prototype board game dan media pendukung lainnya. Perancangan ini menggunakan metode perencanaan design thinking meliputi premedia, main media dan follow up media. Data dikumpulkan melalui observasi, kusioner, wawancara, literatur dan website. Data tersebut kemudian diidentifikasi, diklasifikasi, diseleksi, selanjutnya dianalisis menggunakan metode 5W+1H, SWOT dan diinterpretasikan sesuai teks dan konteksnya. Perancangan komunikasi visual board game pengenalan destinasi wisata kota Palembang untuk anak usia 9-12 tahun ini digunakan sebagai media komunikasi visual yang merupakan pembahasan perancangan ini. Perancangan ini bertujuan mengenalkan destinasi wisata yang ada di kota Palembang kepada khalayak sasaran yaitu anak usia 9-12 tahun. Dalam perancangan ini adapun media-media yang dihasilkan adalah board game, poster, t-shirt, keychain, buku, pena, pouch, tumbler, tas, dan topi.

Kata Kunci: *Pariwisata, Palembang, Board Game.*

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor penting dalam mendukung perekonomian dan menjadi salah satu pendapatan yang cukup berpengaruh. Potensi kepariwisataan daerah banyak yang belum dijadikan aset yang dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar. Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang di uraikan dalam jurnal Swarnabhumi oleh Maharani Oktavia, dinyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Maharani Oktavia, 2016).

Kota Palembang memiliki banyak tempat-tempat wisata yang cukup terkenal seperti, Benteng Kuto Besak, Monpera, Masjid Agung, Sungai Musi, Taman Wisata Alam Pundi Kayu, serta masih banyak lagi tempat-tempat yang menjadi salah satu tujuan wisatawan jika berlibur. Sayangnya tidak semua anak-anak bisa untuk datang dan melihat langsung lokasi-lokasi ini, baik dari kendala transportasi, biaya, sibuk sekolah, sampai dengan jarang keluar rumah. Selain itu, anak-anak yang ada di Kota Palembang pun belum semuanya mengetahui tempat-tempat wisata ataupun tempat-tempat bersejarah yang ada di Kota Palembang ini. Dibuktikan dengan hasil kuisisioner yang dilaksanakan pada tanggal 22 sampai dengan tanggal 23 februari 2022 di SD.N133 Palembang dan juga kepada

teman-teman media sosial, dengan perolehan 103 koresponden. Pada hasil kuisioner presentase untuk anak-anak yang tahu dengan tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang ada 49,5% dan untuk sisanya 50,5% adalah anak-anak yang tidak mengetahui apa saja wisata yang ada di kota Palembang.

Permasalahan di atas berdasarkan hasil kuisioner yang dilakukan pada tanggal 22-23 februari 2022 tepatnya di SD Negeri 133 Palembang. Dari hasil kuisioner yang telah di dapat penulis memperoleh data berupa, hanya 35,9% anak yang pernah mengunjungi tempat wisata yang ada di kota Palembang, sedangkan sisanya yaitu 64,1% belum pernah mendatangi tempat wisata yang ada di kota Palembang. Dan untuk presentase seberapa sering mereka mengunjungi tempat wisata yang ada di kota Palembang adalah 1,0% sering, 35,0% kadang-kadang, dan 64,1% tidak pernah sama sekali. Dari data yang diperoleh kebanyakan anak-anak yang mengetahui tempat wisata yang ada di kota Palembang hanya mengetahui TWA Pundi Kayu. Sementara untuk mereka yang tahu dan pernah mengunjungi tempat wisata yang ada di kota Palembang mayoritas sudah mengunjungi BKB, Monpera, TWA Pundi Kayu dan juga Danau OPI.

Selain itu penulis juga melakukan observasi serta wawancara yang penulis lakukan pada tanggal 19 Februari 2022 di lorong Dakota II kecamatan Sukarami Kelurahan Kebun Bunga, dengan target *audience* yaitu anak-anak usia 9 sampai dengan 12 tahun yang tinggal disana. Dari 10 anak yang berhasil diwawancara 3 di antaranya mengetahui dan pernah datang ke salah satu tempat wisata yang ada di kota Palembang, Danau OPI dan TWA Pundi Kayu. Sementara 7 di antaranya mengetahui hanya satu atau salah satu dari kedua nama tempat wisata yang sudah disebutkan oleh 3 anak lainnya. Ketujuh anak ini juga belum pernah datang, lewat atau mengunjungi objek wisata yang mereka ketahui alasannya karena, tidak tahu di mana dan tidak pernah diajak keluarganya ke tempat wisata. Dari yang penulis lihat dan perhatikan juga di sokong dengan jawaban dari salah satu dari ketujuh anak-anak yang belum pernah berkunjung ke tempat wisata yang ada di kota Palembang menyatakan bahwa kondisi keluarga yang tidak memungkinkan dikarenakan orang tua yang sibuk bekerja, inilah yang menjadikan salah satu alasan mereka belum berkunjung ke tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang.

Dengan adanya permasalahan tersebut maka penulis menawarkan solusi pemecahan masalah dengan cara melakukan perancangan komunikasi visual pariwisata Kota Palembang melalui media *board game* yang dapat membantu target sasaran yaitu, anak usia 9 sampai dengan 12 tahun yang ingin mengetahui lebih banyak mengenai tempat-tempat wisata yang ada di Kota Palembang melalui media *board game*. Hal tersebut sesuai dengan hasil kuisioner yang telah dilakukan, mayoritas anak-anak yang tidak mengetahui tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang adalah anak-anak kisaran 9 sampai dengan 12 tahun.

Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang kedalam sebuah bentuk papan permainan seperti papan

permainan “monopoli” hanya saja disajikan dengan menampilkan berbagai tempat wisata di dalam setiap kotaknya, dan di dukung dengan kartu-kartu unik yang berisikan ulasan-ulasan terkait dengan informasi pariwisata Kota Palembang. Selain itu perancangan ini nantinya dirancang dengan pendekatan konspe-konsep komunikasi visual. Adapun desain komunikasi visual menurut Kusrianto dalam buku Pengantar Desain Komunikasi Visual (2007) merupakan suatu disiplin ilmu yang bertujuan untuk mempelajari konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan serta gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout (tata letak/perwajahan). Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi target sasaran penerima pesan (Witari dan Widnyana, 2014). Dengan ini diharapkan perancangan papan permainan ini dapat menjadi solusi dari permasalahan yang ada, serta dapat menyampaikan pesan komunikasi visual dengan baik kepada target sarannya.

Adapun rumusan masalah yang terumuskan pada “Perancangan Komunikasi Visual *Board Game* Pengenalan Destinasi Wisata Kota Palembang Untuk Anak Usia 9-12 Tahun” ini yaitu : Bagaimana merancang *board game* sebagai media pengenalan destinasi wisata kota Palembang untuk anak usia 9-12 tahun?

Perancangan ini bertujuan untuk: Mengenalkan tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang kepada anak usia 9-12 tahun di kota Palembang. 1) Menarik minat masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata yang ada di kota Palembang. 2) Untuk menaikkan angka pengunjung di setiap destinasi wisata yang ada di Kota Palembang. 3) Untuk menyebarkan informasi terkait destinasi wisata yang ada di kota Palembang.

Dalam hal pengumpulan data perancangan *Board Game* pengenalan destinasi wisata ini perancang membagi menjadi 2 metode yaitu: 1) Metode pengumpulan data primer, meliputi cara pengumpulan data berupa: a) Wawancara dengan narasumber yaitu, dengan Ibu Atik Indalena, selaku kepala divisi pemasaran Dinas Pariwisata Kota Palembang. b) Observasi ke Dinas Pariwisata dan tempat wisata yang ada di kota Palembang, dan c) survei kuisioner untuk mengetahui seberapa banyak anak-anak yang mengetahui tentang tempat-tempat pariwisata yang ada di Kota Palembang. 2) Metode pengumpulan data sekunder, meliputi cara pengumpulan data berupa Internet, Media Cetak: Jurnal, Artikel, Buku.

Kemudian semua data yang didapat akan dianalisa dengan menggunakan metode analisa data *Design Thinking*.

Strategi atau metode untuk mendapatkan konsep “Perancangan Komunikasi Visual *Board Game* Pengenalan Destinasi Wisata Kota Palembang Untuk Anak Usia 9-12 Tahun” ini, perancang mengawali dengan mencari permasalahan yang menjadi faktor pendorong mengapa perancang ingin mengangkat perancangan ini. Setelah itu melakukan identifikasi pada dinas terkait serta lokasi dan target sasaran yang ingin Perancang bidik atau dengan kata lain melakukan pendekatan untuk observasi,

memilah data, mencari ide dan solusi dari permasalahan serta melakukan perancangan dan kemudian menguji coba kepada target sasaran yang dituju untuk mengetahui hasil dari perancangan *Board Game* pengenalan destinasi wisata ini.

Metode visualisasi desain yaitu dengan cara membagi tahapan-tahapan dalam merancang visual atau mewujudkan dalam bentuk rupa. Tahapannya adalah: 1) Layout gagasan/ide (idea layout/thumbnaill), 2) Layout kasar (rough layout/tight tissue), 3) Layout lengkap (comprehensive layout/ execution/ final design). Perancangan ini memiliki beberapa landasan teori di beberapa aspeknya yaitu: 1) Teori Desain Komunikasi Visual, 2) Teori *Board Game*/Papan Permainan, 3) Teori Pariwisata, 4) Teori Media, 5) Teori Permainan, dan 6) Teori Ilustrasi.

2. Pembahasan

A. Analisa Data Metode Design Thinking

Dalam perancangan komunikasi visual *board game* pariwisata kota Palembang sebagai media permainan yang interaktif ini penulis menggunakan metode perancangan *design thinking*. *Design thinking* merupakan pendekatan yang berfokus pada manusia terhadap inovasi yang diambil dari perangkat perancang untuk mengintegrasikan kebutuhan orang-orang, kemungkinan teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis, menurut (Kelley & Brown, 2018) dalam laporan (Lazuardi & Sukoco, 2019). Ada empat tahapan dalam *desain thinking* yaitu:

a. Empathize

Setelah mengetahui siapa target dari perancangan ini maka penulis harus melakukan pendekatan serta berbaur untuk mengenali dan lebih memahami emosi serta situasi dari target sasaran, dengan langkah ini perancang akan memahami kebutuhan dari target sasaran yang dituju. Dalam langkah ini penulis sudah melakukan wawancara dengan 10 anak di lingkungan lorong Dakota II, Kecamatan Sukarami, Kelurahan Kebun Bunga serta pelaksanaan kuisioner pada anak-anak sekolah dasar.

b. Define

Setelah mengetahui kebutuhan target sasaran penulis harus membuat list tentang apa saja yang berkaitan dengan kebutuhan dari target sasaran. Dalam perancangan ini penulis akan membuat *mind mapping* yang berisikan hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan dari target sasaran.

1) *Mind Mapping*



Gambar 2.1. Mind Mapping
 Sumber : Maharani 2022

2) Analisis 5W + 1H

a) *What*

Apa permasalahan utamanya ? tidak bisa berwisata, dan tidak tahu tempat wisata.

b) *Who*

Siapa yang mengalami permasalahan diatas? Adapun yang menjadi target sasarnya adalah seagai berikut:

• Geografis

- Primer

Kota Palembang : Sukarami, Alang-Alang Lebar, Karya Jaya, Sako, Ilir Barat, Ilir Timur, Seberang Ulu, Kertapati.

- Sekunder : Banyuasin, Musi Banyuasin.

• Demografis

- Usia

Primer : 9-10 tahun.

Sekunder : 30-45 tahun (orang tua).

- Jenis Kelamin

Primer : Perempuan

Sekunder : Laki-Laki.

- Tingkat Ekonomi

Primer : Atas.

Sekunder : Menengah Ke Atas.

• Psikografis

- Primer : Percaya diri, aktif, cerdas, ceria, semangat.
- Sekunder : pemalu, pendiam, sedih, lesu.
- Behavioristik
- Primer : Bermain, bersosialisasi, periang, gemar belajar, pelajar, suka jalan-jalan.
- c) *Why*
Kenapa anak-anak mengalami permasalahan tersebut? Karena sibuk belajar, sibuk sekolah, orang tua sibuk kerja, tidak punya uang, tidak ada transportasi.
- d) *When*
Kapan perancangan ini akan dilakukan? Perancangan ini mulai dilakukan pada bulan februari 2022 sampai dengan bulan juni 2022.
- e) *Where*
Dimana nantinya hasil rancangan akan di letakkan? Karya dari perancangan ini akan diletakkan di toko permainan, toko oleh-oleh, dan toko swalayan yang ada di kota Palembang, utamanya toko yang ada di seputaran destinasi wisata dan *mini market* sekitar masyarakat.
- f) *How*
Bagaimana solusi dari permasalahan anak-anak tersebut? Dengan melakukan perancangan komunikasi visual papan permainan pariwisata kota Palembang sebagai media permainan interaktif untuk anak usia 9-12 tahun, yang terdiri dari papan permainan, dadu, dan pion, desain nya akan menggunakan ilustrasi serta jenis *font* yang disesuaikan dengan target sasaran.

c. *Ideate*

Setelah melalui pendekatan dan pengumpulan data dan ide-ide yang didapatkan dari tahap *define* maka data dan ide yang sudah didapat akan diolah untuk menemukan konsep, pesan visual, pesan verbal, warna, dan pemecahan masalah yang ada dengan mengevaluasikannya untuk menghindari masalah-masalah yang nantinya bisa terjadi.

d. *Prototype*

Pada tahap ini penulis menuangkan solusi dari permasalahan yang ada kedalam bentuk visual yang kemudian dilanjutkan dengan uji coba dalam bentuk cetak atau miniatur dari hasil solusi yang telah ditemukan. Dalam perancangan komunikasi visual *board game* pariwisata kota Palembang sebagai media permainan yang interaktif melewati beberapa metode visualisasi desain. Adapun beberapa metode

visualisasi desain yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a) *Idea layout* , yaitu konsep dasar untuk menentukan letak dari setiap elemen-elemen visual dan tipografi dalam bentuk sketsa kasar.
- b) *Rought layout*, yaitu penerapan elemen-elemen visual dan tipografi kedalam bentuk digital yang disertai dengan berbagai alternatif sketsa *layout* desain.
- c) *Layout* lengkap, merupakan hasil jadi dari beberapa tahapan sebelumnya, yang merupakan hasil akhir dari perancangan.

e. *Test*

Pada tahap ini penulis melakukan uji coba hasil dari solusi yang telah ditemukan kepada anak-anak di SD Negeri 133 Kota Palembang untuk melihat reaksi serta dimintai pendapat dan penilaian serta saran-saran yang nantinya dapat membantu penulis untuk dapat memperbaiki rancangan sehingga nantinya permasalahan ini dapat memiliki solusi yang baik.

B. Analisa Data SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*)

a. *Strenght*

Board game pengenalan destinasi wisata yang ada di kota Palembang ini memuat informasi tentang destinasi wisata sehingga anak usia 9-12 tahun dapat tahu dan lebih mengenal tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang. Metode yang digunakan dalam permianan ini adalah metode belajar sambil bermain. Yang dapat mengedukasi anak usia 9-12 tahun mengenai pengetahuan tentang pariwisata dari kota Palembang beserta dengan nilai-nilai sejarahnya.

b. *Weakness*

Dalam setiap perancangan pastinya tidak luput dari kelemahan dalam hasil produksinya, adapun kelemahan dari *board game* ini yaitu sebagai berikut:

- Bahan
Adapun bahan yang digunakan dalam *board game* ini berbahan baku MDF, yang jika terlalu sering terkena air dapat rusak.
- Cara Bermain
Dalam *board game* ini cara bermain yang diguakan adalah cara manual yang menjadikan *board game* ini dapat bersaing dengan game-game lain yang menggunakan cara berain digital atau melalui *smartphone*.

c. *Opportunity*

Board game pengenalan destinasi kota Palembang ini nantinya akan disosialisasikan di

SD.N.133 Palembang dan juga sekolah-sekolah tingkat dasar lainnya sebagai media permainan yang interaktif untuk anak usia 9-12 tahun. Permainan ini juga nantinya dapat disosialisasikan kepada orang tua anak yang memiliki anak usia 9-12 tahun. Dan tidak menutup kemungkinan bahwa nantinya permainan ini bisa di promosikan di toko-toko permainan maupun swalayan yang ada di kota Palembang.

d. Threat

Anak usia 9-12 tahun saat ini sudah sangat bergantung pada ponsel dan sering memainkan permainan *mobile game* yang dapat membuat anak kurang tertarik dengan permainan biasa yang berbentuk fisik seperti *board game* ini. Selain itu pengemasan dari *board game* yang sudah ada sangat menarik dan dapat menjadi ancaman atau pesaing bagi penulis untuk merancang *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang.

C. Konsep Desain

a. Gagasan Kreatif

Tema pokok dalam perancangan ini adalah *board game* "Pengenalan Destinasi Wisata Kota Palembang" adalah memperkenalkan tepat-tempat atau destinasi wisata yang ada di kota Palembang kepada anak usia 9-12 tahun. Perancangan ini di desain menggunakan jenis *font* sans serif serta ilustrasi yang dapat menambah minat anak-anak untuk bermain *board game* ini. Selain itu permainan ini dirancang dengan konsep permainan yang mudah dimengerti oleh anak-anak.

Dalam perancangan ini digunakan objek visual berupa ilustrasi dari tempat wisata yang ada di kota Palembang, seperti Ampera, Monpera, Rumah Limas, dan lain sebagainya. Penggunaan objek visual tersebut bertujuan untuk menggambarkan tempat wisata yang ada di kota Palembang hanya saja dalam bentuk gambar ilustrasi.

b. Big Idea

Big idea dalam perancangan ini adalah *board game*, dengan inilah perancang menggunakan nama permainan Gempal yang merupakan singkatan dari kata *Game* dan Palembang, yang bermaksud untuk menjelaskan bahwa *board game* yang dirancang merupakan permainan dari kota Palembang. Dan selain itu juga dari *big idea* yang ada penulis menampilkan objek visual berupa dadu dalam perancangan logo dari *Board Game* Gempal. Dadu sendiri bertujuan sebagai penggambaran dari media permainan yang dirancang dalam perancangan ini yaitu *board game*.

c. Pesan Verbal

Pesan verbal dalam perancangan ini terdiri dari *headline*, *sub headline*, dan *tagline*. Adapun beberapa *headline*, *sub headline*, dan *tagline* adalah sebagai berikut:

1) Headline

Headline merupakan bagian yang pertamakali dilihat ketika membaca sebuah konten. Tujuan membuat *headline* agar memikat pembaca dalam memahami desain dari *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang.. Adapun beberapa gagasan *headline* adalah sebagai berikut:

- Wisata Kito
- Payo Wisata
- Mari Berwisata
- Destinasi Wisata
- Metu Palembang
- *Board Game*
- Pariwisata kito
- Peh Metu
- Muter Palembang
- Bopal
- Kenali Destinasi Wisata Yuk!
- Wisataku!
- Ayo Kenali Aku!
- Pariwisataaku!
- **Gempal**
- *Board Game* Pengenalan Destinasi Wisata Kota Palembang

Dari beberapa *headline* yang tertera di atas, adapun *headline* yang dipilih adalah "Gempal".

2) Sub Headline

Sub headline adalah bagian iklan yang menerangkan pokok-pokok iklan yang dianggap penting, seperti menerangkan keunggulan produk. Beberapa gagasan *subheadline* dari perancangan *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang antara lain:

- Pengenalan Destinasi Wisata Kota Palembang
- Wisata Dari Sini!
- *Board Game* Pengenalan Destinasi Wisata Kota Palembang
- *Board Game* Palembang
- **Game Palembang**
- Destinasi Wisata Kota Palembang
- Wisata Kota Palembang
- Berwisata Di Kota Palembang
- Wisatanya Wong Kito
- Mengenal Wisata Kota Palembang
- Melihat dan Mengenal Destinasi Wisata Kota Palembang

Dari beberapa *sub headline* di atas dipilih salah satu *sub headline* yang kemudian digunakan dalam perancangan

board game ini, adapun *sub headline* yang dipilih adalah “*Game Palembang*”.

3) *Tagline*

Tagline atau slogan merupakan sebuah motto atau frasa yang digunakan dalam membuat iklan untuk menarik minat publik dan kemudian meraih rasa penasaran. Rasa ingin tahu ini yang kemudian berubah menjadi daya tarik untuk memainkan permainan *board game* pengenalan destinasi kota Palembang. Beberapa gagasan *tagline* tersebut adalah:

- Ayo Main!
- Kenali Aku Ya!
- Ayo Main Bersamaku!
- Tak Mau Maka Tak Tahu
- Tak Main Maka Tak Yakin
- Ayooo !
- Peh Metu!
- Kenali Kunjungi
- Kenali Maka Kunjungi
- Ayo Jalan!
- **Peh Main dan Kenali Wisata Kito!**

Dari beberapa *tagline* di atas dipilih salah satu *tagline* yang kemudian digunakan dalam perancangan *board game* ini, adapun *tagline* yang dipilih adalah “*Peh Main dan Kenali Wisata Kito!*”.

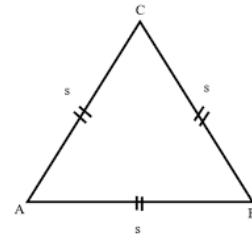
d. Pesan Visual

Elemen visual merupakan salah satu aspek yang membahas komposisi foto dan elemen grafis.(Yulius & Halim, 2020).

Dalam perancangan promosi pengenalan destinasi wisata kota Palembang terdapat objek visual yang menjadi referensi gambar visual untuk media pendukung dalam perancangan ini, yaitu beberapa objek wisata yang ada di kota Palembang dan juga peta dari Kota Palembang yang digunakan sebagai visualisasi bahwa pariwisata yang dibahas dalam perancangan ini adalah pariwisata dari Kota Palembang. Selain itu dalam perancangan ini menggunakan *pattern* yang dibentuk dari segitiga yang memiliki makna tiga sisi yang melambangkan tiga jenis wisata yang ada di Kota Palembang. Dibentuk menjadi pengulangan bentuk yang menyerupai bentuk garis zigzag yang disusun menjadi sebuah *pattern* dari perancangan ini.



Gambar 2.2. Peta Kota Palembang
Sumber foto : petatematikindo.wordpress.com



Gambar 3.2. segitiga
Sumber foto : kelas pintar

e. Gaya Tampilan Desain



Gambar 2.3. Flat Design
Sumber foto : Munfah Ajrina

Flat design merupakan gaya desain yang sangat populer pada tahun 2013, karakteristik dari gaya desain ini adalah prinsipnya yang minimalis atau menyederhanakan suatu bentuk objek dari bentuk aslinya. Dalam *flat design* warna memiliki peranan penting karena berbagai penyederhanaan yang dilakukan cenderung memerlukan warna-warna yang menonjol untuk memperindah tampilan, warna yang sering digunakan adalah warna yang bersifat datar, menggunakan pewarnaan solid dan *blocking* (Adhirajasa & Sanjaya, 1980).

Penggunaan gaya desain ini didasarkan atas kesesuaian dengan target sasaran yaitu, anak usia 9-12 tahun. Penggunaan gaya ini bertujuan untuk menampilkan hasil perancangan yang mudah untuk dipahami serta membuat target sasaran tertarik. Kesederhanaan dari gaya desain ini cocok untuk digunakan dalam perancangan *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang ini.

f. Program Kreatif

- 1) Logo



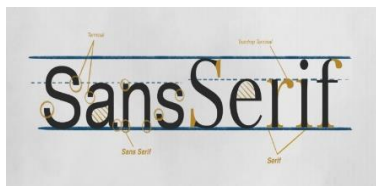
Gambar 2.4. final logo
Sumber foto : Maharani 2022

Logo dirancang dari beberapa elemen visual, dalam perancangan logo dari *board game* pengenalan destinasi wisata kota

Palembang penulis menggunakan logo tipografi yang terdiri dari kata “BOPAL” yang pada huruf P nya ada dadu siluet dadu dengan diberikan bentuk visual titik tiga yang melambangkan dadu. Dengan hal itu logo yang digunakan bermaksud melambangkan jenis permainan yang dibuat dalam perancangan ini.

2) Tipografi

Jenis huruf yang digunakan pada perancangan *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang ini adalah :



Gambar 2.5. Sans Serif
 Sumber foto : GCS Malta

Sans Serif adalah jenis font yang tidak memiliki kaki atau serif. Salah satu ciri dari huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang sama tebalnya (Supriyono, 2010).

Penggunaan jenis huruf ini dipilih karena font ini memiliki citra yang dinamis dan simple serta keterbacaan yang mudah bagi anak-anak. Adapun beberapa font sans serif yang digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.6. futura

Sumber foto : Maharani 2022



Gambar 2.7. Baloo

Sumber foto : Maharani 2022



Gambar 2.8. kid games

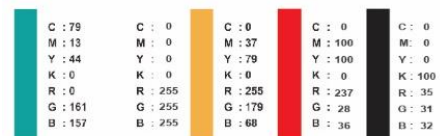
Sumber foto : Maharani 2022

3) Warna

Warna merupakan salah satu elemen visual yang dapat membantu menambah daya tarik atau menarik perhatian bagi yang melihat sebuah desain. Pemakaian warna sendiri tidak dapat sembarangan, diperlukan ketelitian dalam pemilihan warna karena jika salah memilih, warna dapat mengganggu keterbacaan dan dapat menghilangkan minat pembaca untuk membaca (Supriyono, 2010).

Warna juga merupakan unsur penting dalam obyek desain. Karena melalui warna, suatu media bisa menampilkan identitas, serta menyampaikan pesan atau membedakan sifat dari bentuk-bentuk visual secara jelas (Yulius, 2016).

Maka dengan ini penulis akan menggunakan beberapa warna *soft* untuk dapat menyampaikan kesan lembut dan juga manis kepada anak-anak. Adapun pemilihan warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah Sebagai berikut:



Gambar 2.9. WARNA

Sumber foto : Maharani 2022

Makna dari warna-warna yang dipakai menurut respon psikologi dalam jurnal karya (Niluh Desi, 2007) adalah sebagai berikut:

g. Program Media

Pemilihan media yang digunakan pada perancangan komunikasi visual *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang ini terbagi menjadi 3 yaitu pre-media (media isu), main media (media utama), dan followup media (media pendukung).

1) Pre-media (media isu)

Pre-media adalah media yang bertujuan untuk menyebarkan isu yang nantinya dapat menyita perhatian dan menimbulkan rasa penasaran terhadap *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang. Pre-media yang dirancang, meliputi poster dan *instastory*.



Gambar 3.10. final poster
Sumber foto : Maharani 2022
Gambar 3.11. final feed ig
Sumber foto : Maharani 2022

2) Main media (media utama)



Gambar 3.12. final meja
Sumber foto : Maharani 2022



Media utama ini akan dibuat sebagai media yang dapat memberikan informasi lebih banyak seputar *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang, media utama ini dapat dikatakan sebagai senjata utama untuk memperkenalkan kembali *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang kepada anak usia 9-12 tahun baik dari Kota Palembang maupun luar kota Palembang. Media utama yang dibuat adalah “*Board Game*”.

3) Follow-up media (media pendukung)



Gambar 3.13. Follow-up media
Sumber foto : Maharani 2022

Media pendukung adalah media yang membantu media utama untuk menambahkan kesan perancangan komunikasi visual *board game* pengenalan destinasi wisata kota Palembang dibenak target sasaran, media pendukung yang dibuat dalam perancangan ini adalah *T-Shirt*, *Tas*, *tumbler*, *Merchandise* (*buku*, *Pouch*, *keychain*, dll).

3. Kesimpulan

Dari perancangan ini penulis dapat menyimpulkan bahwa masih kurangnya pengetahuan anak-anak usia 9-12 tahun terkait tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang dikarenakan factor-faktor tertentu seperti, kesibukan mereka untuk sekolah dan kurangnya waktu mereka untuk bermain atau jalan-jalan, dan juga faktor kesibukan dari orang tua yang mengakibatkan mereka jarang dan bahkan tidak pernah mengunjungi tempat wisata yang ada di kota Palembang. Selain itu tujuan dari perancangan ini adalah untuk menarik minat masyarakat utamanya anak usia 9-12 tahun yang ada di kota Palembang untuk datang ke tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang.

Melalui perancangan ini juga penulis dapat menemukan beberapa fakta baru mengenai minimnya pengetahuan masyarakat tentang tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang. Bahkan dengan adanya kemajuan teknologi masih kurang membantu mereka untuk tahu tempat-tempat wisata yang ada di kota Palembang dikarenakan tidak semua tempat wisata dimuat didalam media informasi seperti media sosial yang sekarang sedang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Daftar Pustaka

Adhirajasa, U., & Sanjaya, R. (1980). *Perkembangan Flat Design dalam Web Design dan User Interface (UI)*. Darmalaksana, W., & Ag, M. (2020). *Metode Design Thinking Hadis*. Bandung: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). *Design Thinking*

- David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.35138/organum.v2i1.51>
- Potensi, A., Wisata, O., Kapitan, K., & Kota, D. I. (2016). *ANALISIS POTENSI OBJEK WISATA KAMPUNG KAPITAN DI KOTA PALEMBANG Maharani Oktavia. 1*(1).
- Supriyono, Rakhmat (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Suwena, I, Ketut., & Widyatmaja, I, Gusti, Ngurah. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar:Pustaka Larasan.
- Wahyuningsih, Sri. (2015).*Deain Komunikasi Visual*. Bangkalan – Madura: UTM PRESS.
- Witari, Ni, Nyoman, Sri., & Widnyana, I, Gusti, Nyoman. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Yulius, Y. (2016). Peranan Desain Komunikasi Visual Sebagai Pendukung Media Promosi Kesehatan. *Jurnal Seni, Desain Dan Budaya*, 1(2), 42–47. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung/article/view/132>.
- Yulius, Y., & Halim, B. (2020). *ANALISIS KONSEP DAN KOMPONEN VISUAL DASAR POSTER “ TOBACCO BREAK HEARTS .”* 5(1), 81–87.
- Yuwono, Agus., & Indrajit, Richardus, Eko. (2020). *Pengantar Konsep Dasar Design Thinking*. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Jabatan : Divisi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Palembang
2. Nama : Akbar, Ikin, Alif, Aqila, Ega, Egi, Aulia, Reval, Dian, Wahyu.
- Alamat : Lorong Dakota II, Kel. Kebun Bunga Kec. Sukarami

Internet

- <https://money.kompas.com/read/2021/12/02/090853026/pasar-monopoli-pengertian-ciri-ciri-dan-contoh-di-indonesia?page=all> (diakses 24 feb 2022 pukul 09:46)
- <https://id.pinterest.com/pin/403916660338004077/> (diakses 24 feb 2022 pukul 10:46)
- https://www.google.com/search?q=poster+permainan+keren&tbm=isch&ved=2ahUKEwiC7LvIvpf2AhUjyKACHafEDWgQ2-cCegQIABAA&oq=poster+permainan+keren&gs_lcp=CgNpbWcQAzoHCCMQ7wMQJzoKCCMQ7wMQ6gIQJzoFCAAQgAQ6BAgAEAM6CwgAEIAEELDEIMBOggIABCABBCxAzoKCAAQsQMogwEQQzoECAAQQzoICAAQsQMogwE6BAgAEB46BggAEAUQHjoGCAAQCBAeUPBPWIT0AWDV-QFoBHAAeAGAAZcLiAHgKJIBDjAuMjEuMi41LT EuMC4xmAEAoAEBqgELZ3dzLXdpei1pbWewAQrAAQE&sclient=img&ei=sAcXYoLUBqOOg8UPp4m3wAY&bih=589&biw=1252&client=firefox-b-d#imgrc=0RLuqDFJsUG-sM&imgdii=5xqP2m64UrhVwM (diakses 24 feb 2022 pukul 11:30)

Narasumber

1. Nama : Atik Indalena