

Ilustrasi Digital dalam Perancangan *Collectible Card Games* untuk Mengedukasi COVID-19 Bagi Pra-remaja

Ellena Widjanarko¹, Elisabeth Christine Yuwono², Vanessa Yusuf³

^{1,2,3}Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Siwalankerto 121 - 131, Surabaya
Email: e12170113@john.petra.ac.id

Abstrak

COVID-19 berdampak besar di seluruh dunia. Paranoia dan kekhawatiran dialami semua orang termasuk pra-remaja. Pra-remaja terpaksa harus berdiam di rumah padahal mereka membutuhkan sosialisasi. Pra-remaja adalah masa dimana awal pubertas terjadi dan adanya tekanan konformitas yang kuat. Pra-remaja menjadi depresi, sensitif dan suka memberontak. Hal-hal ini membuat mereka menjadi kurang peduli untuk memahami COVID-19 dan bahayanya. Karena itu diperlukan suatu media yang menarik bagi pra-remaja, yakni *Collectible Card Games* (CCG). Tujuan penelitian adalah merancang dan mendesain ilustrasi digital yang akan dijadikan visual dalam CCG. Ilustrasi digital ini dibuat agar dapat mengedukasi pra-remaja mengenai COVID-19 dan *new normal*. CCG yang akan dirancang tidak hanya dijadikan sebagai media edukasi namun juga sebagai media hiburan. Ilustrasi yang dibuat secara digital mengambil inspirasi dari para kontributor yang berjasa di masa pandemi, sebagai bentuk apresiasi bagi para kontributor tersebut. Selain itu terdapat kartu alien yang merepresentasikan gejala atau dampak dari COVID-19. Kartu alien ini akan menjadi musuh dari kartu para contributor atau kartu *heroes*. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metodologi kualitatif melalui wawancara dan survei. Data yang didapatkan akan dianalisa dengan cara SWOT dan 5W+1H. Diharapkan, pra-remaja semakin memahami COVID-19 serta bisa mempersiapkan diri menghadapi *new normal*.

Kata kunci: ilustrasi, digital, COVID-19, pra-remaja, depresi, CCG, *new normal*.

Abstract

Title: *Digital Illustration In Designing Collectible Card Games To Educate COVID-19 For Pre-Teens*

COVID-19 has impacted severely around the world. Paranoia and worry are experienced by everyone including pre-teens. Pre-teens are forced to stay at home even though they need socialization. Pre-teen is the time when puberty occurs and there is a strong pressure of conformity. Pre-teens become depressed, sensitive and rebellious. These things make them less concerned to understand COVID-19 and its dangers. Therefore, we need an attractive medium for pre-teenagers, which is Collectible Card Games (CCG). The research objective is to design and create digital illustrations that will be used as visuals in CCG. This digital illustration was created in order to educate pre-teens about COVID-19 and the new normal. The CCG will not only be used as a medium for education but also as a medium for entertainment. The digitally made illustrations take inspiration from contributors who have helped during pandemic, as a form of appreciation for them. In addition, there is an alien card that represents the symptoms or impact of COVID-19. These alien cards will become the enemy of the contributors or hero cards. The research methodology used is a qualitative methodology through interviews and surveys. The data obtained will be analyzed by means of SWOT and 5W + 1H. It is hoped that pre-teens will understand more about COVID-19 and can prepare themselves for the new normal.

Keywords: *illustration, digital, COVID-19, pre-teens, depression, CCG, new normal*

Pendahuluan

COVID-19 berdampak besar dalam berbagai aspek di dunia. Bisa dikatakan keadaan sekarang merupakan tragedi yang bersejarah dalam abad 21 ini. Tidak ada negara yang siap menghadapi situasi yang diakibatkan corona. COVID-19 datang tanpa ada peringatan dan mendadak menjadi pembunuh diam-diam yang menghancurkan semangat seluruh orang di dunia (Dans, 2020).

Orang-orang sudah jenuh dan stress bahkan merasa tahun 2020 menjadi tahun terburuk di dekade ini karena rasa khawatir dan tidak pasti yang berkelanjutan (Savage, 2020). Banyak ketakutan dan paranoia dari orang-orang, tidak terkecuali anak-anak. Anak-anak terdampak cukup berat yang dikarenakan pandemi dan karantina dimana anak-anak harus menunda pembelajaran sekolah dengan belajar di rumah (Ramanujam, 2020). Anak-anak yang harusnya beraktivitas dan bermain di luar harus terkurung di dalam rumah untuk sementara waktu sampai keadaan membaik. Melihat keadaan sekarang yang terkesan tanpa harapan dan menyedihkan, anak-anak juga akan terpengaruh oleh hal ini. Tidak sedikit anak yang mengalami gangguan mental.

Gangguan mental yang dialami berupa depresi. Pra-remaja yang berumur 10-14 tahun mengalami depresi karena lingkup mereka yang dibatasi. Pra-remaja tidak bisa bertemu teman, dipaksa berdiam di rumah dan melakukan rutinitas baru yang tidak mereka senangi. Terlebih pada usia ini, pra-remaja mengalami tahap awal pubertas, dimana mereka mencari identitas diri. (Diananda, 2018) membahas mengenai psikologi remaja yang mengalami pubertas dalam jurnalnya. Pada usia 10-14, pra remaja mencari identitas diri dan menyimpulkan apa yang mereka ingin lakukan kedepannya. Namun karena mereka masih kebingungan dan belum bisa menentukan, mereka menjadi pemberontak dan menentang orang dewasa terutama orang tua mereka sendiri. Kebutuhan lain dari pra remaja adalah teman sebaya, dimana interaksi yang dilakukan mengenalkan mereka kepada dunia di luar lingkaran keluarga. Namun dalam

interaksinya, remaja sering mengalami tekanan untuk mengikuti hal yang sedang tren atau hal yang dilakukan oleh teman sebaya mereka sehingga mereka akan menyamakan diri yang disebut konformitas. Karena itulah secara psikis, pra remaja mengalami perubahan terus-menerus yang menyebabkan sikap berontak dan sensitif.

Apalagi bagi yang baru memulai sekolah menengah pertama, yang merupakan masa dimana pra remaja perlu datang secara langsung dalam proses pembelajaran. Mereka harus mengerjakan tugas tanpa bantuan dan bimbingan dari guru secara langsung yang membuat mereka kehilangan semangat untuk belajar secara *online*, tidak bisa bertemu teman serta harus bersama orang tua terus menerus. Tentunya pra remaja akan menolak atau tidak serius dalam menjalani proses pembelajaran, bahkan bertengkar dengan orang tua atas hal-hal yang sepele. Keadaan ini menyebabkan pra-remaja semakin sulit dalam memahami COVID-19 dan bahayanya (Tim, 2020). Padahal pemahaman mengenai COVID-19 sangatlah penting dikarenakan dampak dari pandemi bisa berlanjut sampai beberapa tahun ke depan. Karena itu diperlukan media yang menarik bagi pra-remaja agar mereka dapat belajar dengan cara yang menyenangkan.

Salah satu media yang bisa memberikan edukasi kepada pra-remaja dengan menarik adalah melalui permainan. Permainan bisa dimainkan secara digital maupun analog. Bermain secara digital bisa berupa bermain *videogames* sedangkan secara analog berupa bermain *boardgames*. Sumber berita *The Art of Manliness* menjelaskan bahwa dibandingkan permainan digital, permainan analog dapat mengajarkan nilai-nilai dan pengetahuan dengan baik kepada anak-anak (McKay, 2014). Selain itu permainan analog memungkinkan interaksi beragam antar pemain sehingga tidak membosankan. *Boardgames* sendiri memiliki banyak macam, salah satu yang paling umum ialah *Collectible Card Game* (CCG). Bermain CCG menjadi pilihan yang tepat sebagai media edukasi bagi pra-remaja. CCG ini memberikan edukasi mengenai COVID-19, *new normal* serta apresiasi terhadap pihak yang berjasa melawan

virus. Edukasi yang ada pada CCG merupakan cara-cara yang berguna dan patut diterapkan ketika *new normal* dimulai yang dapat menjadi persiapan bagi pra-remaja ketika masuk ke dalam fase tersebut. Permainan kartu ini juga bisa mengisi waktu luang bagi pra-remaja untuk mengurangi rasa jenuh mereka selama karantina. Faktor penting dalam perancangan CCG adalah ilustrasi pada kartu. Ilustrasi karakter dan visual secara keseluruhan harus dapat menarik pra-remaja.

Perancangan ini akan dimulai dengan penelitian tentang pra-remaja, tekanan yang dihadapi khususnya pada saat pandemi, penjelasan COVID-19 dan *new normal*. Data ini akan dipakai untuk membuat *Collectible Card Game* (CCG) bertema COVID-19 untuk pra-remaja dengan menyoroti bagian yang positif dan memberikan harapan. Ilustrasi dari CCG dibuat secara digital. Perancangan ini diharapkan dapat membantu pra-remaja agar lebih memahami COVID-19, mempersiapkan diri menghadapi *new normal*, membangun motivasi untuk terus belajar dan menghargai pihak-pihak yang sudah memberikan tenaga, materi dan waktu untuk berjuang melawan COVID-19.

Metode penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2005), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Metode perancangan

Data yang dibutuhkan untuk perancangan ada dua yakni data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer akan dikumpulkan melalui pengamatan secara online dan kuesioner

yang akan dibagikan kepada pra-remaja berusia 10-14 tahun. Kuesioner akan dibagikan melalui google form yang berisi pertanyaan. Pengamatan berasal konten-konten digital yang dapat ditemukan di sosial media dan platform *online* lainnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari buku, internet dan referensi lainnya yang dapat membantu analisa data dan perancangan. Topik-topik yang dicari adalah topik mengenai pra-remaja, tekanan yang dihadapi pra-remaja, depresi, depresi pada pra-remaja saat pandemi, dan *collectibles cards games* (CCG) serta ilustrasi.

Metode pengumpulan data

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2005), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Alat atau instrumen data

- Laptop dan jaringan internet: digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber-sumber yang terdapat di Internet
- Kertas dan alat tulis: digunakan untuk menulis dan mencatat proses wawancara dan observasi
- Perekam Suara: digunakan untuk merekam hasil wawancara
- *Smartphone*: digunakan untuk membantu proses pencarian data penyebaran angket untuk pengumpulan data dan wawancara.
- Wacom : digunakan untuk menggambar visual dari CCG

Metode analisis data

a. 5W + 1H

Metode analisis data adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu analisis 5W+1H (*Who, What, Where, When, Why dan How*). Metode 5W+1H dipilih karena rancangan memerlukan analisa yang mendeskripsikan kondisi yang sedang sudah ada, agar rancangan dapat tepat sasaran dan dapat menjawab masalah yang sesuai. Penjabaran dari 5W + 1H yang dibahas meliputi:

(1) What?

- Apa yang dimaksud dengan pra-remaja?
- Apa yang menjadi kendala bagi pra-remaja ketika masa pandemi?
- Apa definisi dari depresi?
- Apa itu COVID-19 dan *new normal*?
- Apa definisi dari *Collectible Card Games* (CCG)?
- Apa yang dapat dijadikan bahan untuk merancang kartu bertema COVID-19?
- *Brand Collectible Card Games* (CCG) apa saja yang menjadi kompetitor dari CCG bertema COVID-19?
- Apa yang menjadi gaya desain atau ilustrasi yang tepat dalam perancangan CCG COVID-19?

(2) Who?

- Siapa yang menjadi target audiens CCG bertema COVID-19?
- Siapa saja yang bisa menjadi inspirasi untuk dimasukkan ke dalam kartu?

(3) Where?

- Dimana CCG dapat dimainkan?
- Dimana *Collectible Card Games* (CCG) dapat ditemukan dan dibeli?

(4) When?

- Kapan waktu yang ideal untuk memainkan *Collectible Card Games* (CCG)?

(5) Why?

- Mengapa pra-remaja perlu memahami keadaan pandemi sekarang?
- Mengapa pemahaman yang diberikan harus dalam bentuk kartu?

(6) How?

- Bagaimana bentuk *Collectible Card Games* (CCG) yang disukai pra-remaja?
- Bagaimana cara merancang *Collectible Card Games* (CCG) yang bisa mengedukasi perihal COVID-19?
- Bagaimana merancang CCG dengan ilustrasi yang menarik?

b. SWOT

Metode analisis data SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) digunakan untuk menganalisa kompetitor dari CCG bertema COVID-19. Hasil dari analisa menggunakan SWOT akan dijadikan dasar untuk perancangan sehingga bisa membuat CCG yang sesuai dan efektif bagi pra-remaja.

c. Why Test

Metode analisis *why test* digunakan untuk mendapatkan *insight* dari target audiens terhadap CCG fisik dan situasi yang diakibatkan pandemi COVID-19. Kedua *insight* ini digunakan untuk merancang CCG yang edukatif dan menarik.

Pembahasan

Survei *insight* terhadap tema COVID-19

CCG dengan tema COVID-19 dibuat dengan maksud untuk memberikan hiburan bagi pra-remaja yang disertai dengan edukasi mengenai COVID-19 dan *new normal* serta apresiasi kepada pihak-pihak yang berperan pada saat pandemi. Survei menggunakan *plagorm google form* yang dibagikan secara *online* dan diisi oleh 13 responden berusia 10-14 tahun untuk mencari tahu *insight* pra-remaja terhadap tema COVID-19.

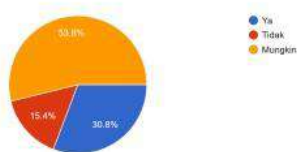
Dari 13 responden, 92,3% tahu mengenai CCG dan 76,9% pernah memainkan CCG. 46,2% responden suka mengkoleksi CCG, sedangkan 30,8% responden hanya mengkoleksi beberapa jenis CCG dan 23,1% responden tidak mengkoleksi CCG. Rata-rata usia responden ketika memulai pengoleksian CCG adalah sejak berumur 10 tahun. Ketika bermain, mayoritas responden dengan persentase 53,8% memilih

bermain dengan teman, 15,4% responden bermain dengan keluarga, dan 30,8% responden memilih untuk bermain sendiri atau hanya mengkoleksi. Tema CCG yang digemari responden adalah tema dengan karakter fantasi dengan jumlah persentase 38,5%, tema karakter atau film kartun menduduki peringkat kedua dengan jumlah persentase 30,8%, tema *superheroes* menduduki peringkat ketiga dengan jumlah persentase 15,4%, tema binatang atau *fable* menduduki peringkat keempat dengan jumlah persentase 7,7% dan 7,7% responden menyukai semua tema diatas.

Alasan responden dalam membeli CCG beragam. 46,2% responden membeli CCG karena tertarik dengan desain atau visual, 23,1% membeli karena *gameplay* yang menarik, 15,4% membeli karena sedang menjadi tren, 15,4% membeli karena visual, *gameplay*, dan untuk menambah koleksi.

Apabila terdapat Collectible Card Games bertema Covid-19 apakah anda tertarik? (Contoh kartu : dokter yang diilustrasikan sebagai superhero membasmi corona yang disertai dengan informasi mengenai peran dokter ketika masa pandemi serta edukasi new normal)

13 responses



Gambar 1. Survei insight pra-remaja terhadap CCG COVID-19

Hasil survey juga menunjukkan bahwa 53,8% responden mungkin tertarik dengan CCG bertema COVID-19, 30,8% responden tertarik, dan 15,4% responden tidak tertarik. Alasan yang diberikan responden mengenai pertanyaan tersebut beragam, seperti tertarik karena konsep yang unik dan baru, tertarik karena tema yang sangat relevan dengan keadaan sekarang, tertarik untuk mengkoleksi, dan tertarik karena tampaknya menyenangkan.

Responden juga memberikan rekomendasi dalam perancangan CCG bertema COVID-19. Rata-rata rekomendasi menitikberatkan pada bagian visual dan desain kartu. Terdapat rekomendasi lainnya seperti penyusunan *gameplay* yang seru dan aspek koleksi dengan tingkat kelangkaan. Survey ini berhasil mendapatkan respon yang diharapkan karena

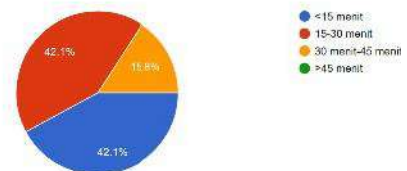
responden memiliki pandangan yang positif terhadap CCG bertema COVID-19. Responden menunjukkan ketertarikan untuk membeli dan mengoleksi CCG COVID-19 selama visual dan desain terlihat menarik dan keren. Kesimpulannya, visual dan desain CCG bertema COVID-19 harus dirancang dan dibuat sedemikian rupa karena merupakan faktor terpenting bagi pra-remaja.

Survei *gameplay*, visual, dan *storytelling* CCG COVID-19

Survei ini diadakan untuk mengetahui *gameplay*, visual dan *storytelling* seperti apa yang disukai pra-remaja, maka dilakukan survei kedua yang dibagikan melalui *plagorm google form* secara *online*. Survei dibagikan kepada 19 responden dengan rentang usia 10-14 tahun.

Berapa lama biasanya anda bermain Collectible Card Games?

19 responses

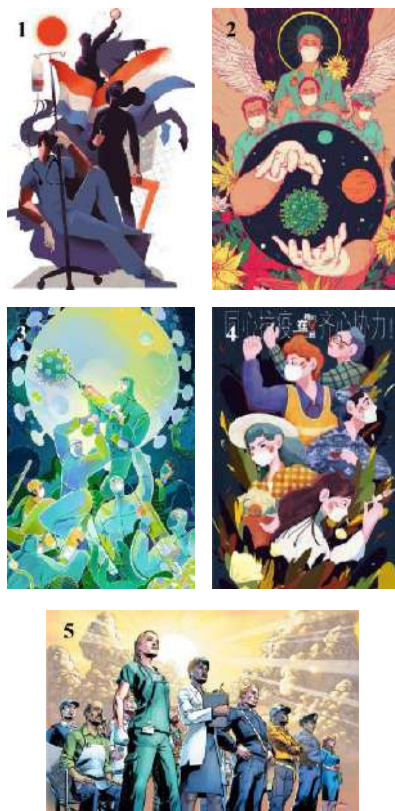


Gambar 2. Survei *gameplay* CCG COVID-19

Ketika bermain, 42,1% responden menghabiskan waktu kurang dari 15 menit, 42,1% menghabiskan 15-30 menit, dan 15,8% menghabiskan 30-45 menit. Dari daftar *brand* CCG yang sudah ada dan beredar, Animal Kaiser menduduki peringkat pertama sebagai CCG terfavorit 10 responden, Pokemon TCG menduduki peringkat kedua yang dipilih oleh 9 responden, Yu-Gi-Oh! Menduduki peringkat ketiga yang dipilih oleh 3 responden, *Cardfight! Vanguard* menduduki peringkat keempat yang dipilih oleh 2 responden. Daftar sisa CCG lainnya yang masing-masing dipilih oleh 1 responden adalah *Pet War*, *Ultraman Fusion Fight*, Coki-Coki, *Injustice Arcade*, dan Aikatsu.

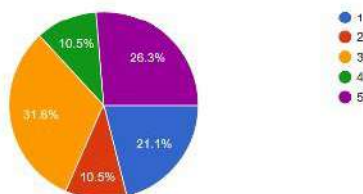
Responden memberikan alasan bervariasi dalam memilih CCG favorit dan alasan yang mendominasi adalah karena visual menarik dan seru untuk dimainkan. Alasan yang lain berupa media bermain yang menggunakan mesin di *arcade*, edisi atau set kartu bermacam, dan

berkualitas karena dibuat di Jepang. Aspek terpenting yang menjadi penentu bagi responden dalam memilih CCG adalah aspek *gameplay* dengan persentase 42,1%, aspek kedua yang dipilih adalah aspek pengoleksian kartu dengan jumlah persentase 31,6%, aspek visual atau desain kartu dengan jumlah persentase 15,8% dan yang terakhir merupakan aspek interaksi dengan orang lain ketika bermain dengan jumlah persentase 10,5%. Pertanyaan untuk menentukan visual yang disukai pra-remaja disajikan dalam bentuk 5 gambar dengan gaya ilustrasi berbeda.



Gambar 3. Alternatif visual

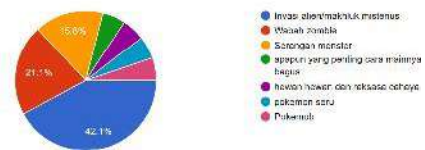
Visual/gaya ilustrasi seperti apa yang anda sukai dalam Collectible Card Games?
19 responses



Gambar 4. Survei gaya desain CCG COVID-19

Setelah melihat gambar tersebut, 31,6% responden menyukai gambar ketiga, 26,3% responden menyukai gambar kelima, 21,1% responden menyukai gambar pertama, 10,5% responden menyukai gambar keempat, dan 10,5% responden menyukai gambar kedua. Responden juga memberikan alasan dalam memilih gambar yang disukai. Mayoritas memiliki alasan karena gambar tersebut menarik. Alasan lainnya berupa warna yang *soft*, simpel, simbolis, dan tata gambar yang tidak ramai.

Cerita dalam Collectible Card Games apa yang anda sukai?
19 responses



Gambar 5. Survei cerita CCG COVID-19

Cerita atau *storytelling* untuk CCG yang disukai responden adalah invasi alien atau makhluk misterius dengan persentase 42,1%, wabah zombie dengan persentase 21,1%, serangan monster dengan persentase 15,8%.

Kesimpulan yang dapat diambil dari survey ini adalah pra-remaja menyukai CCG dengan *gameplay* yang cukup sederhana dan mudah dipahami seperti *Animal Kaiser*, visual dengan gaya desain *pop culture* dan cerita atau *storytelling* bertema invasi alien. Berikut teori untuk *gameplay*, *pop culture*, dan *storytelling*:

a. Gameplay:

CCG harus memiliki *gameplay* yang umumnya terdiri dari beberapa komponen seperti aturan yang mengatur permainan, kartu, tema dan konten *gameplay*, dan terkadang menggunakan properti tambahan seperti mesin, penghitung, dadu atau perlengkapan sekunder lainnya. Bermain CCG memiliki beberapa proses seperti memilih setumpuk kartu, bertukar kartu, menyerang atau bertahan, dan membuang kartu yang tersisa dari permainan. CCG membutuhkan setidaknya dua pemain untuk bermain. Tiap CCG memiliki aturan yang berbeda sehingga tiap CCG memiliki

gameplay yang berbeda. *Gameplay* CCG juga memungkinkan juga ada kerjasama antara pemain lintas meja untuk saling menyerang atau *teaming up* (Adinolf & Turkay, 2011).

b. *Pop culture*:

Pop culture adalah desain yang didasarkan pada populisme seni yang muncul dari pertumbuhan kemakmuran dan budaya konsumerisme Amerika dan Inggris pasca perang dunia II (Schenker, 2018). Gaya desain *pop culture* disebut sebagai pemberontakan melawan elitisme seni rupa dan hal ini ditandai dengan fokusnya pada pencitraan dan tema yang ditemukan dalam budaya populer, seperti buku komik, iklan, dan objek sehari-hari yang dapat diakses oleh banyak orang.



Gambar 6. Gaya desain *pop culture*

Sumber : Mau Lencinas

Gaya desain *pop culture* memiliki karakteristik unik. Hampir semua karya

dengan desain *pop culture* memiliki makna bermacam karena didesain secara berlebih atau abstrak yang tetap dibuat dengan indah sehingga menonjol dan mudah diingat. Karena gaya desain *pop culture* adalah pemberontakan terhadap seni tradisional atau romantik, maka karya dengan tema agama, mitologi, atau sejarah jarang ditemukan. Berikut ini ciri-ciri dari gaya desain *pop culture* (Schenker, 2018):

- Penuh warna atau memiliki warna yang kontras (*saturated colors*)
- Tipografi menarik
- Memiliki bentuk, pola, dan garis yang unik
- Menampilkan gambar media massa, iklan, komersial, dan budaya pop yang bervariasi
- Menampilkan tema, subjek, dan objek sehari-hari yang umum
- Menunjukkan daya tarik ke populasi luas
- Menampilkan ilustrasi dan gambar yang *stylized*
- Mengaburkan garis antara seni rupa dan orang-orang terpelajar
- Menggunakan referensi dari sumber atau ide yang sedang relevan
- Jauh secara emosional dan tidak terlalu menyukai dunia kontemporer
- Ditujukan untuk audiens yang lebih muda

Warna untuk gaya desain *pop culture* adalah *saturated colors*. Warna sendiri merupakan komponen yang penting karena dapat menciptakan keselarasan dalam visual. Dengan warna kita bisa menciptakan suasana teduh dan damai. Dengan warna pula kita dapat menciptakan kebingungan dan kekacauan. Secara umum warna cerah atau hangat cenderung memberikan kesan pada manusia untuk berperan dalam suatu situasi atau mendorong aktivitas. Sedangkan warna dingin lebih mengurungkan niat atau bahkan membunuh aktivitas (Triadi & Sugiarto, 2015)

Saturated colors merupakan warna dengan intensitas saturasi yang tinggi. Saturasi warna mengacu pada seberapa hidup, kaya, atau intens suatu warna. Ini adalah salah satu dari tiga elemen warna, dengan dua lainnya adalah *hue* dan *value*. (Scott, 2019).



Gambar 7. Warna *saturated colors*

Saturated colors bisa menjadi pemilihan warna yang efektif untuk menarik perhatian ke suatu titik. Hanya beberapa sapuan kecil dengan warna cerah di antara latar belakang yang lebih *muted* akan menjadikan *saturated colors* focal point.

Pop culture merupakan gaya desain yang tepat untuk merancang CCG bertema COVID-19 karena memang gaya desain ini cocok untuk pra-remaja yang merupakan generasi muda. Pra-remaja senang dengan gaya desain ini karena terkesan *trendy*. *Pop culture* menggunakan *saturated colors* sebagai kombinasi warnanya. Penggunaan warna ini efektif untuk menarik perhatian dan apabila digabungkan dengan warna yang lebih pudar untuk dijadikan latar belakang, maka bisa memperkuat ilustrasi karena adanya *focal point*. *Saturated colors* juga dapat mengurangi kesan suram sehingga bisa membawakan cerita invasi alien yakni virus COVID-19 dengan lebih positif karena CCG bertema COVID-19 ditujukan untuk edukasi dan apresiasi kepada pihak-pihak yang berjasa.

c. *Storytelling*:

Ilustrasi harus bisa hidup dan menyampaikan narasi. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menciptakan sebuah ilustrasi yang bercerita (Larson, 2019):

- Interaksi: Adanya interaksi atau aktivitas antara karakter dengan latar atau dengan karakter lainnya. Menunjukkan apa yang sedang dilakukan karakter akan sangat membantu audiens untuk memahami laur cerita.
- Ekspresi karakter: Ekspresi karakter dalam ilustrasi tidak sebatas pada fitur wajah. Ekspresi dapat ditemukan dalam pose dan

gerakan mereka, serta interaksi dengan lingkungan dan karakter lainnya. Melembihkan detil wajah seperti mata lebar dan alis yang terangkat dapat menunjukkan rasa takut, dan kelopak mata yang sedikit diturunkan dan bibir yang melengkung dapat menunjukkan kepuasan.

- Warna: Sebuah ilustrasi bisa menyampaikan emosi cerita melalui pemilihan warna yang digunakan pada karakter dan latar. Warna-warna yang lebih hangat dan kontras menghadirkan suasana hati yang lebih bahagia, dan warna-warna dingin yang gelap melakukan sebaliknya.
 - Komposisi: Karakter dan lingkungannya harus memiliki komposisi yang selaras. Komposisi yang baik adalah komposisi yang memungkinkan mata audiens untuk bergerak sesuai komposisi yang dibantu oleh penggunaan warna dan nada, yang akan membedakan subjek dengan lingkungannya, sambil tetap harmonis.
 - Kostum karakter/property: Pakaian yang dikenakan karakter dan properti pada ilustrasi memberi tahu audiens lebih banyak tentang cerita. Dari pakaian dan properti, audiens dapat tahu ilustrasi tersebut berlatar jaman dahulu atau sekarang atau masa depan. Audiens juga bisa mengetahui pekerjaan atau karakteristik karakter dari properti dan kostum.
 - Latar belakang/*setting*: Latar belakang bisa memberikan kesan tertentu serta menunjukkan dimana sebuah cerita terjadi. Latar yang dibuat suram memberikan cerita dengan suasana mencengkam sedangkan latar yang dibuat cerah memberikan suasana yang ceria.
- Teori diatas memberikan kesimpulan bahwa *storytelling* dari sebuah ilustrasi merupakan hal yang penting dalam perancangan CCG bertema COVID-19. Tiap kartu memiliki karakteristik dan tokoh yang berbeda. *Storytelling* memungkinkan pemain dapat memahami kekuatan dan peran tokoh. Selain itu, *storytelling* memudahkan dalam penyampaian cerita jasa tokoh ketika masa pandemi.

Kesimpulannya, pra-remaja lebih memilih cara bermain yang sederhana karena pra-remaja

tidak ingin berpikir terlalu rumit. Hal ini selaras dengan perancangan CCG bertema COVID-19 yang memiliki tujuan utama sebagai media edukasi sehingga tidak mengutamakan aspek menyusun strategi kartu. *Pop culture* menjadi gaya desain yang dipilih karena terkesan modern, abstrak namun tetap simpel. Cerita invasi alien menjadi tema *storytelling* yang tepat untuk merancang CCG bertema COVID-19. COVID-19 merupakan virus misterius yang belum diketahui sepenuhnya sehingga tepat untuk disimbolkan sebagai alien yang mengancam bumi.

Respon target audiens

CCG COVID-19 mendapatkan respon positif secara umum. Hal ini dikarenakan CCG dengan tema pandemi sangat unik dan berbeda dibandingkan dengan CCG lain. Sisi edukatif dari CCG COVID-19 menambah nilai fungsi kartu. Dari segi visual, target audiens merasa tertarik dan penasaran. Dengan gaya modern dan *genre* futuristik, visual yang dibuat sudah sesuai dengan selera target audiens. Dari segi permainan CCG COVID-19 cukup mudah dipahami namun tetap memerlukan strategi sehingga target audiens tidak akan mudah bosan ketika bermain berulang kali. Dengan adanya *brand activation* berupa *extension pack*, maka kartu-kartu yang digunakan pun dapat bervariasi dan terus relevan terhadap pemain.

Konsep Perancangan

Tujuan kreatif

Tujuan Kreatif dari perancangan ini adalah untuk membuat sebuah *Collectible Card Games* (CCG) yang dapat memberikan edukasi kepada pra-remaja mengenai COVID-19. CCG bertema COVID-19 juga sebagai media edukasi mengenai *new normal* dan protokol kesehatan yang ada. Pihak-pihak yang sudah berjasa saat pandemi dijadikan sebagai karakter dalam kartu sebagai bentuk apresiasi terhadap perjuangan mereka. Sedangkan gejala dan dampak dari COVID-19 dijadikan sebagai inspirasi dalam pembuatan kartu alien. Dalam cerita CCG, alien-alien tersebut datang menginvasi bumi dan mengancam keselamatan seluruh orang, sehingga para *heroes* atau pahlawan beraksi serta bekerjasama untuk membasmi mereka

dan menyelamatkan bumi. Cerita ini memberi pesan bahwa pandemi yang terjadi pada saat ini dapat dikalahkan dengan kerjasama dan saling menghargai antar orang. Diharapkan pra-remaja bisa belajar dan memahami COVID-19 dan mempersiapkan diri menghadapi *new normal*.

Target audiens

Target audiens dari CCG bertema COVID-19 adalah pra-remaja. Pra-remaja merupakan kalangan yang cukup *update* mengenai tren yang berlangsung. Pra-remaja suka dengan hal unik, baru, dan sama-sama disukai teman-temannya. Pra-remaja lebih suka menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas yang seru dan menyenangkan.

- Demografis: Berusia 10-14 tahun. Berpendidikan SD-SMP, SES A-B.
- Geografis: Kota-kota besar di Indonesia.
- Psikografis: Aktif, cuek, suka hal yang sedang tren, suka mengikuti teman, sering mengalami *mood swing*.
- Behavioristis: Senang mencari hiburan apalagi di saat senggang, terbuka terhadap informasi dan teknologi, fasih menggunakan alat-alat digital, senang berkumpul dan bermain bersama teman.

Branding

a. *Insight* Target Audiens:

Insight COVID-19:

- Apa dampak COVID-19 yang paling dirasakan?
Tidak boleh keluar
- Kenapa tidak boleh keluar menjadi dampak yang paling terasa?
Karena membuat bosan karena terus berada di rumah
- Kenapa di rumah bisa bosan?
Karena aktivitas yang bisa dilakukan di rumah terbatas
- Kenapa bisa terbatas?
Hanya ada keluarga di rumah
- Kenapa aktivitas dengan keluarga bisa terbatas?
Karena masing-masing punya kesibukan sendiri
- Kenapa masing-masing punya kesibukan sendiri?
"Karena tidak ada kegiatan yang bisa dilakukan bersama"

Insight CCG:

- Kenapa suka CCG?
Karena tren
- Kenapa bisa seru?
Karena tiap set kartu memiliki macam kartu yang berbeda
- Kenapa dengan set kartu yang berbeda?
Kalau menemukan kartu yang baru atau keren jadi asyik
- Kenapa dengan menemukan kartu baru jadi asyik?
Karena ada satisfaction ketika bisa melengkapi koleksi
- Kenapa ingin melengkapi koleksi?
Supaya bisa dipajang
- Kenapa kalau bisa dipajang?
Supaya bisa dipegang dan dilihat langsung
- Kenapa kalau bisa dipegang dan dilihat langsung?
"Bangga atas kepemilikan terhadap kartu yang dimiliki/kepuasan tersendiri"

b. Brand Essence:

Function:

- Permainan kartu yang bisa dikoleksi
- Sebagai media edukasi dalam bentuk CCG
- CCG yang bisa dimainkan oleh banyak kalangan termasuk keluarga
- Bentuk apresiasi kepada pihak yang berjasa masa pandemi

Personality:

- Menyenangkan
- Seru
- Heroik
- Abstrak
- Imajinatif
- Kuat.
- Inovatif
- Edukatif
- *Brand Archetype The Hero*, karena ingin memberikan pesan keberanian dan harapan di tengah masa pandemi terutama dari pihak-pihak yang sudah berkorban dan juga daya kompetisi dalam permainan.

Differentiator

- Merupakan CCG yang mengedukasi pemain mengenai COVID-19 dan *new normal*

Source of Authority:

- Dirancang dan dibuat dengan penelitian dan pengumpulan data yang terperinci sehingga informasi yang tertera pada CCG terjamin

Jadi *brand essencenya* adalah "CCG edukatif yang memberikan pemahaman mengenai COVID-19"

c. Brand Positioning:

"CCG dengan tema COVID-19 yang bisa dinikmati keluarga"

Format dan ukuran CCG

Ukuran kartu mengikuti standar yakni 8.9cm x 5.6cm. Kartu memiliki 2 sisi, sisi pertama adalah gambar logo *brand* dan sisi kedua adalah ilustrasi tokoh/karakter kartu. Kedua sisi dicetak secara *ful* warna.

Isi dan tema CCG

Isi dari CCG bertema COVID-19 adalah informasi mengenai COVID-19 dari penyebaran, penularan, penanganan dan pengobatan virus. Selain informasi COVID-19, CCG akan memberika edukasi mengenai *new normal*. Baik informasi COVID-19 dan *new normal* akan di rancang secara menarik sehingga tetap bisa bercerita.

Tema dari CCG bertema COVID-19 adalah tentang invasi makhluk luar angkasa/alien yang menyerang bumi. Alien ini berasal dari bintang COVID-19. Alien ini menginfeksi dan mengontrol orang-orang sehingga mengancam keselamatan bumi. Tiap kartu CCG memiliki ilustrasi karakter/tokoh dengan kekuatan dan karakteristik tertentu. Tiap karakter/tokoh akan digambar sebagai pahlawan yang memiliki *superpower*. Pahlawan-pahlawan inilah yang melindungi orang biasa dan memerangi alien dari COVID-19.

Jenis CCG

Jenis CCG yang akan dipakai adalah *printed* CCG. Masing-masing artu akan didesain dan dicetak kemudian dimasukkan kedalam *packaging*. CCG bertema COVID-19 akan dimainkan secara analog oleh 2-5 pemain.

Gaya penulisan CCG

Gaya Penulisan CCG semi-formal dan tidak kaku, mengingat target dari perancangan ini adalah pra-remaja. Informasi dan teks pada tiap kartu akan dibuat dalam bentuk narasi (*storytelling*) sehingga tidak membosankan. Istilah-istilah yang berkaitan dengan COVID-19 atau *new normal* akan digunakan untuk karakteristik/*superpower* tiap tokoh yang ada pada kartu.

Gaya visual CCG

Gaya visual/gaya desain yang akan digunakan adalah gaya desain *pop culture* dengan *genre* futuristik. Gaya ini mendukung untuk menunjukkan kedinamisan dari tokoh dengan warna yang cerah dan menonjol. Tiap karakter yang diilustrasikan akan memiliki kostum yang unik dengan senjata atau properti spesial yang berkesan modern dan futuristik. Hal ini untuk menunjukkan sisi kuat dan heroik dari tiap tokoh. Beberapa elemen dalam ilustrasi juga akan dibuat imajinatif. Visual dibuat agar dapat menarik perhatian dan terkesan *trendy*. Visualisasi ilustrasi akan dikerjakan dengan cara digital. Alat yang digunakan antara lain laptop, pen tablet, dan software Adobe Photoshop.

Teknik cetak

CCG vertema COVID-19 akan dicetak menggunakan teknik cetak digital print. *Packaging* dari CCG juga akan dicetak dengan cara yang sama. Kartu akan dicetak menggunakan kertas artpaper dengan ukuran 8.9cm x 5.6cm.

Judul CCG

Judul dari CCG bertema COVID-19 adalah "The Invasion : COVID-19". Judul ini menggunakan kata "Invasi" untuk menunjukkan penyerangan alien misterius. "COVID-19" merupakan nama bintang asal alien datang. Secara keseluruhan judul ini ingin menyampaikan serangan tiba-tiba dari makhluk luar angkasa/alien yang mengancam keselamatan dunia.

Tipografi CCG

CCG COVID-19 menggunakan font Potra sebagai font utama dan font logo yang dapat menggambarkan kesan futuristik dan modern yang sesuai dengan ilustrasi CCG COVID-19.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&.,?::)

Gambar 8. Font "Potra"

CCG COVID-19 menggunakan font "First in Line" sebagai font sekunder karena mudah dibaca dan menunjukkan kesan modern.



Gambar 9. Font "First in Line"

Daftar kartu

Masing-masing kartu memiliki makna dari segi visual dan nama. Visual dibuat sehingga dapat menyampaikan pesan dan kekuatan ciri khas tiap kartu. Nama diambil bahasa asing yang memiliki arti sesuai dengan karakteristik karakter.

Kartu *heroes*:

1. Dr. De Lorme: Beliau adalah seorang dokter yang berada di garis depan. Bersenjatakan vaksin, beliau merupakan penyerang paling efektif melawan alien COVID-19.
2. Nurse Lyla: Ia perawat pembantu dokter. Perawat dan dokter merupakan satu tim yang sama.
3. Swift: Pahlawan yang membantu dalam transportasi (ojek online).
4. Corey: Seorang siswa yang menjaga diri dan orang lain dengan tetap belajar mengenai alien COVID-19. Setengah badannya dimodifikasi menjadi hologram sehingga ia dapat melayang. Ia merupakan pahlawan penerus di masa depan apabila terjadi invasi kembali.

5. *President* Noxin: Pemerintah yang menetapkan aturan dan membantu pahlawan lainnya dalam tugas mereka.
6. Athene: Guru yang terus berjuang mengajar di tengah pandemi sehingga semakin banyak orang mengerti kelemahan alien.
7. Reinhold: Ia merupakan orang biasa yang memiliki determinasi besar untuk membasmi alien COVID-19 dengan menjaga diri dan orang lain.
8. Kara: Siswi yang tetap belajar di tengah pandemi. Ia bertarung dengan ilmu yang dimilikinya.
9. *Sir* Edmond: Ia membantu pahlawan lainnya dengan materi yang ia miliki. Dengan kekayaannya, ia memfasilitasi kebutuhan pahlawan.
10. *Captain* Leon: Aparat keamanan yang membantu dalam menjaga ketertiban dan menyerang secara langsung terhadap alien.

Kartu alien:

1. Sporus: Alien yang menyebarkan spora penyebab batuk kering.
2. Corentine: Alien yang dapat menduplikasi diri dan mengeluarkan lendir untuk mempercepat penyebaran penyakit dengan memperlemah manusia.
3. Connlaodh: Alien yang dapat menimbulkan demam terhadap manusia yang terinfeksi.
4. Nalunga: Alien yang dapat menyebabkan rasa nyeri terhadap manusia yang terinfeksi.
5. Isolde: Alien yang menyerang manusia melalui suhu tubuh dan menyebabkan kedinginan.
6. Mohandas: Alien yang muncul secara tiba-tiba dan dimana saja untuk membuat takut manusia.
7. Moira: Alien yang dapat mengendalikan manusia melalui pikiran sehingga manusia tersebut dan menginfeksi manusia lain.
8. Moacir: Alien yang memiliki satu mata dan manusia yang melihat ke mata tersebut akan mengalami sakit kepala.
9. Asphy: Alien yang dapat mencekik manusia dengan tangannya dan menyebabkan sesak napas.
10. Kovyd: Alien terkuat yang dapat mematikan manusia.

Dua puluh kartu ini akan menjadi kartu dasar atau *basic cards*. Tiap kartu memiliki kelebihan masing-masing sehingga pemain dapat menyusun strategi yang sesuai untuk dapat menghabiskan alien.

Eksekusi ilustrasi digital

Dalam eksekusi ilustrasi CCG, gaya desain yang digunakan adalah *pop culture* dengan *genre* futuristik. Gaya ini mendukung dalam menunjukkan kedinamisan dari tokoh dengan warna yang cerah dan menonjol. Tiap karakter yang diilustrasikan akan memiliki kostum yang unik dengan senjata atau properti spesial yang berkesan modern dan futuristik. Hal ini untuk menunjukkan sisi kuat dan heroik dari tiap tokoh. Beberapa elemen dalam ilustrasi juga akan dibuat imajinatif. Visual dibuat agar dapat menarik perhatian dan terkesan *trendy*. Eksekusi dilakukan secara digital dengan wacom dan menggunakan *software* Photoshop. Eksekusi dimulai dari logo.

Logo didesain supaya tampak futuristik dan modern. *Outer glow* akan diterapkan pada logo yang diletakkan di atas *background* gelap dengan warna utama *turquoise blue* (#BDFFFD). Warna *turquoise blue* logo melambangkan teknologi, ketenangan, kreativitas dan kedamaian sama dengan makna yang ingin disampaikan, yakni para pahlawan pandemi berjuang untuk kedamaian dunia dari invasi alien COVID-19.



Gambar 10. Logo dengan background gelap



Gambar 11. Logo hitam putih



Gambar 12. Sisi depan kartu heroes



Gambar 14. Kartu heroes dokter



Gambar 13. Sisi depan kartu alien



Gambar 15. Kartu heroes perawat



Gambar 16. Kartu heroes ojek online



Gambar 18. Kartu heroes pemerintah



Gambar 17. Kartu heroes siswa



Gambar 19. Kartu heroes guru



Gambar 20. Kartu heroes masyarakat



Gambar 22. Kartu heroes donator



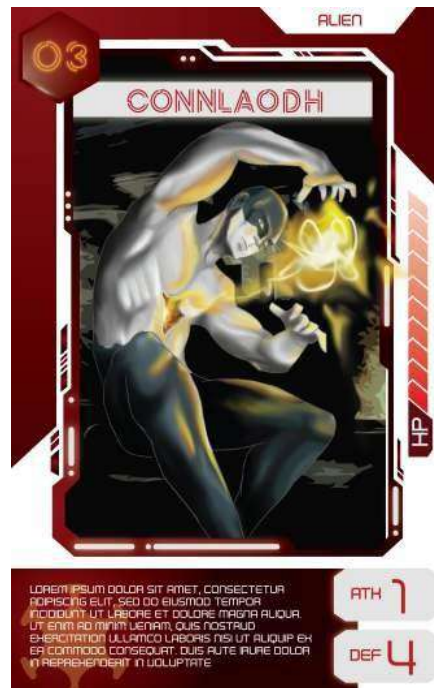
Gambar 21. Kartu heroes siswi



Gambar 23. Kartu heroes aparat keamanan



Gambar 24. Kartu alien batuk



Gambar 26. Kartu alien demam



Gambar 25. Kartu alien penyebaran



Gambar 27. Kartu alien rasa nyeri



Gambar 28. Kartu alien kedinginan



Gambar 30. Kartu alien orang tanpa gejala (OTG)



Gambar 29. Kartu alien paranoia



Gambar 31. Kartu alien sakit kepala



Gambar 32. Kartu alien sesak nafas



Gambar 33. Kartu alien kematian

Seluruh kartu akan dijadikan satu sebagai *starterdeck*.
Yakni terdiri dari 10 kartu *heroes* dan 10 kartu alien.

Simpulan

“Ilustrasi Digital Dalam Perancangan Collectible Card Games Untuk Mengedukasi COVID-19 Bagi Pra-remaja” membantu penulis:

- Memahami lebih dalam mengenai pandemi COVID-19, protocol kesehatan yang diberlakukan, *new normal*, serta pihak-pihak yang sudah berjasa dalam menghadapi pandemi. Materi-materi yang sudah didapat dan disusun akan diringkas dalam bentuk CCG yang menarik.
- Menciptakan media edukasi yang unik dan menarik dalam bentuk CCG yang membantu pra-remaja dalam memahami dan menerapkan protocol kesehatan dan *new normal* yang akan berlangsung beberapa tahun kedepan.

Penulis berencana untuk mematangkan perancangan CCG COVID-19 baik dalam segi permainan serta visualisasi. Setelah pembuatan kartu selesai akan dilanjutkan dengan penyusunan strategi promosi agar CCG COVID-19 dapat dikenal (*brand awareness*). CCG COVID-19 akan mengeluarkan set-set kartu baru dengan karakter yang baru pula untuk *brand activation* dan promosi kartu yang berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis berterimakasih kepada:

- Elisabeth Christine Yuwono, S.Sn., M.Hum.
- Vanessa Yusuf, S.Ds., M.Ds.
- Brillian Foedinatha

Atas bimbingan dan telaah dalam penyusunan jurnal dan perancangan CCG COVID-19. Jurnal ini tidak dapat selesai dengan baik tanpa bantuan mereka.

Daftar Pustaka

Adinolf, S., & Turkay, S. (2011). Collection, creation and community: a discussion on collectible card games. *Research Gate*, 10.

Dans, E. (2020). *The pandemic really has changed the world forever*. Diunduh 26 Juli 2020 dari

<https://www.forbes.com/sites/enriquedans/2020/07/26/the-pandemic-really-has-changed-the-worldforever/#4de4ac3636a6>

Diananda, A. (2018). Psikologi remaja dan permasalahannya. *Istighna*, 133.

Larson, A. (2019). *How to tell a story with your illustrations*. Diunduh 8 Mei 2019 dari

<https://www.creativebloq.com/advice/how-to-tell-a-story-with-your-illustrations>

McKay, B. &. (2014). *9 reasons analog games are awesome*. Diunduh 21 Desember 2014 dari

<https://www.artofmanliness.com/articles/9-reasons-analog-games-are-awesome/>

Ramanujam, A. (2020). *Depression in children and teens during COVID-19*. Diunduh 13 Mei 2020 dari

<https://www.psychiatrictimes.com/view/depression-children-and-teens-during-covid-19>

Savage, M. (2020). *Coronavirus: How much news is too much?*. Diunduh 7 Mei 2020 dari

<https://www.bbc.com/worklife/article/20200515-coronavirus-how-much-news-is-too-much>

Schenker, M. (2018). *Design trend report: Pop art design*. Diunduh 13 Desember 2018 dari

<https://creativemarket.com/blog/design-trend-report-pop-art-design>

Scott, D. (2019). *Color saturation: The ultimate guide for artists*. Diunduh 14 Oktober 2019 dari

<https://drawpaintacademy.com/color-saturation/>

Tim. (2020). *Unicef: 40 persen remaja di RI masih keluyuran maret lalu*. Diunduh 11 April 2020 dari

[https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200411125409-284-](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200411125409-284-492576/unicef-40-persen-remaja-di-ri-masih-keluyuran-maret-lalu)

[492576/unicef-40-persen-remaja-di-ri-masih-keluyuran-maret-lalu](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200411125409-284-492576/unicef-40-persen-remaja-di-ri-masih-keluyuran-maret-lalu)

Triadi, D., & Sugiarto, A. (2015). *Color vision*. Jakarta: Kompas.

