

PERANCANGAN *BOARD GAME* "JAKUT GO" SEBAGAI MEDIA PENGENALAN PARIWISATA JAKARTA

Malik Ilyasa¹, Desy Sugianti², Rizki Taufik Rakhman³

Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur

E-mail: *malik.ilyas0902@gmail.com¹, desy.sugianti@unj.ac.id², rizkitaufikrakhman@unj.ac.id³

ABSTRAK

Pariwisata Jakarta Utara memiliki potensi pariwisata pesisir, sejarah, dan budaya yang cukup besar, namun penyampaian kepada generasi muda masih didominasi media satu arah yang kurang interaktif. Penelitian ini bertujuan merancang *board game* JAKUT GO sebagai media pengenalan pariwisata Jakarta Utara bagi usia 12–25 tahun. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan model *Design Thinking* melalui observasi, kuesioner, wawancara ahli, perancangan prototipe, dan pengujian pengguna. Permainan mengusung konsep eksplorasi lima destinasi utama: Ancol, Pantjoran Chinatown PIK, Museum Bahari, Rumah Si Pitung, dan Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk. Visualisasi dirancang dalam bentuk tiga dimensi dengan warna dan ilustrasi yang merepresentasikan karakter destinasi serta budaya Betawi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permainan dinilai menarik, mudah dipahami, dan mampu meningkatkan ketertarikan terhadap pariwisata lokal. Dengan demikian, JAKUT GO berpotensi menjadi media komunikasi visual yang edukatif, interaktif, dan relevan bagi generasi muda dalam mengenal potensi wisata Jakarta Utara.

Kata kunci

Board game, Pariwisata, Jakarta Utara, Media Edukasi, desain komunikasi visual

ABSTRACT

North Jakarta has strong tourism potential in coastal, historical, and cultural destinations, yet its promotion to young audiences is still dominated by one-way media with limited interactivity. This study aims to design the JAKUT GO board game as a medium for introducing North Jakarta tourism to individuals aged 12–25 years. A qualitative approach using the *Design Thinking* method was applied through observation, questionnaires, expert interviews, prototype development, and user testing. The game adopts an exploration concept featuring five main destinations: Ancol, Pantjoran Chinatown PIK, Museum Bahari, Rumah Si Pitung, and Mangrove Angke Kapuk Nature Park. The visual design applies a three-dimensional format with colors and illustrations reflecting destination identity and Betawi culture. The research findings indicate that the game is engaging, easy to understand, and capable of increasing interest in local tourism. Therefore, JAKUT GO has the potential to serve as an educational and interactive visual communication medium for promoting North Jakarta tourism among young audiences.

Keywords

Board Game, Tourism, North Jakarta, Educational Media, Visual Communication Design

1. PENDAHULUAN

Jakarta merupakan ibu kota Negara Kesatuan Republik Indonesia sekaligus pusat pemerintahan, ekonomi, dan budaya. Sebagai kota metropolitan, Jakarta memiliki daya tarik wisata yang beragam, mulai dari wisata sejarah, budaya, kuliner, hingga wisata modern. Keberagaman destinasi tersebut menunjukkan bahwa Jakarta memiliki potensi besar sebagai daerah tujuan wisata, baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Potensi tersebut tercermin dari perkembangan sektor pariwisata yang menunjukkan tren positif pascapandemi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada Juni 2025 mencapai 1.415.965 kunjungan, yang merupakan capaian tertinggi sepanjang tahun 2025. Angka tersebut menunjukkan peningkatan baik secara bulanan (*month-to-month*) maupun tahunan (*year-on-year*), sehingga mencerminkan pemulihan sektor pariwisata Indonesia secara bertahap (Badan Pusat Statistik [BPS], 2025). Peningkatan ini memperlihatkan bahwa sektor pariwisata kembali menjadi salah satu pendorong penting dalam pertumbuhan ekonomi perkotaan, termasuk di wilayah DKI Jakarta.

Pertumbuhan tersebut tentunya ditopang oleh kontribusi masing-masing wilayah administratif yang memiliki karakteristik destinasi berbeda-beda. Salah satu kawasan yang memiliki potensi wisata yang menonjol adalah Jakarta Utara. Wilayah ini dikenal dengan kekayaan wisata pesisir, sejarah maritim, serta kawasan rekreasi terpadu yang menjadi ikon pariwisata ibu kota. Destinasi seperti Taman Impian Jaya Ancol, Pelabuhan Sunda Kelapa, dan Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk menunjukkan bahwa Jakarta Utara memiliki daya tarik yang tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga edukatif dan historis. Bahkan, pemerintah melalui Dinas Pariwisata pernah mencanangkan program “12 Destinasi Wisata Pesisir Jakarta Utara” sebagai upaya memperkuat citra kawasan ini sebagai tujuan wisata unggulan (Hadiwardoyo et al., 2014).

Meskipun memiliki potensi yang besar, pengenalan destinasi wisata Jakarta Utara kepada masyarakat, khususnya generasi muda, masih menghadapi tantangan dalam hal penyampaian informasi yang menarik dan interaktif. Di era digital saat ini, arus konten hiburan melalui media sosial dan gawai cenderung lebih dominan dibandingkan informasi pariwisata lokal. Media promosi konvensional seperti brosur, pamflet, maupun situs web umumnya bersifat satu arah dan kurang memberikan pengalaman partisipatif bagi audiens. Kondisi ini berpotensi menurunkan tingkat keterlibatan serta minat generasi muda untuk mengenal lebih jauh potensi wisata di wilayahnya sendiri. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan media yang mampu menghadirkan pengalaman yang lebih partisipatif dan menyenangkan.

Salah satu media yang dinilai mampu menggabungkan unsur edukasi dan hiburan adalah *board game* atau permainan papan. Hassan dan Zainal (2020) menyatakan bahwa *board game* dapat menjadi sarana pembelajaran yang efektif karena mendorong keterlibatan aktif pemain, membangun interaksi sosial secara langsung, serta melatih kemampuan berpikir strategis dan pemecahan masalah. Dalam konteks pariwisata, penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Agustin (2023) menunjukkan bahwa *board game* bertema penjelajahan dapat berfungsi sebagai media pengenalan lokasi bersejarah dan destinasi wisata daerah secara efektif. Permainan papan memungkinkan pemain untuk berperan sebagai wisatawan yang mengeksplorasi suatu wilayah tertentu, sehingga proses penyampaian informasi menjadi lebih menarik, partisipatif, dan mudah diingat (Putri & Agustin, 2023).

Pendekatan ini menunjukkan bahwa *board game* memiliki potensi besar untuk diterapkan dalam konteks pengenalan destinasi wisata daerah. Namun demikian, penerapan media permainan edukatif yang secara spesifik mengangkat potensi pariwisata Jakarta Utara masih relatif terbatas. Informasi mengenai destinasi wilayah ini umumnya masih disampaikan melalui media konvensional maupun digital yang bersifat informatif satu arah. Kondisi tersebut membuka peluang bagi pengembangan media berbasis desain komunikasi visual yang mampu mengintegrasikan unsur informasi destinasi dengan pengalaman bermain yang interaktif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah *board game* berjudul "JAKUT GO" sebagai media pengenalan pariwisata Jakarta Utara. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi solusi komunikasi visual yang inovatif dalam memperkenalkan destinasi unggulan di wilayah pesisir utara Jakarta. Melalui pengembangan mekanika permainan dan konsep visual yang terintegrasi, pemain tidak hanya terlibat dalam aktivitas bermain, tetapi juga memperoleh pemahaman mengenai nilai sejarah, budaya, tata ruang, serta potensi wisata yang dimiliki Jakarta Utara secara lebih menyenangkan dan interaktif.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *Design Thinking*. Metode kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam pada konteks alamiah (*natural setting*), dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data melalui teknik triangulasi (Hadi, 2021). Pendekatan ini dipilih karena relevan dengan tujuan penelitian yang berfokus pada proses perancangan media komunikasi visual secara kontekstual dan berbasis kebutuhan pengguna.

Pendekatan *Design Thinking* digunakan untuk mengarahkan proses perancangan media, dengan menekankan aspek empati terhadap pengguna, eksplorasi kreatif, serta proses iteratif. *Design Thinking* berfokus pada pemahaman kebutuhan pengguna sebagai dasar pengembangan Solusi yang kontekstual dan relevan. Proses penelitian ini mengikuti lima tahapan utama yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test* (*Interaction Design Foundation*, 2016).

2.1 *Emphatize*

Tahap *emphatize* dilakukan untuk memahami kebutuhan dan karakteristik target audiens terhadap media pengenalan pariwisata. Pada tahap ini pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung ke beberapa destinasi wisata di Jakarta Utara, penyebaran kuesioner kepada 51 responden, serta wawancara dengan Ketua Asosiasi Pegiat Industri *Board Game* Indonesia (APIBGI). Observasi bertujuan mengidentifikasi potensi visual dan nilai edukatif destinasi, sementara kuesioner dan wawancara digunakan untuk mengetahui minat generasi muda terhadap *board game* sebagai media interaktif. Data pada tahap ini menjadi dasar dalam menentukan arah perancangan.

2.2 *Define*

Tahap *define* bertujuan merumuskan permasalahan utama berdasarkan hasil analisis data. Pada tahap ini ditemukan bahwa media promosi pariwisata Jakarta Utara masih didominasi oleh penyampaian informasi satu arah, sementara target audiens menunjukkan ketertarikan terhadap media yang lebih interaktif dan partisipatif. Berdasarkan temuan tersebut, dirumuskan permasalahan perancangan, yaitu bagaimana mengembangkan *board game* yang menarik secara visual sekaligus efektif dalam menyampaikan informasi pariwisata Jakarta Utara kepada generasi muda.

2.3 Ideate

Pada tahap ideate, dilakukan pengembangan berbagai konsep permainan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan karakter wilayah Jakarta Utara. Proses ini meliputi perumusan tema, mekanika permainan, sistem aturan, serta pendekatan visual yang merepresentasikan ikon dan nilai sejarah kawasan pesisir. Pemain dikonsepsikan sebagai wisatawan yang menjelajahi destinasi, sehingga elemen permainan tidak hanya bersifat kompetitif, tetapi juga informatif dan edukatif.

2.4 Prototype

Tahap prototype merupakan proses perwujudan konsep ke dalam bentuk rancangan awal *board game* "JAKUT GO". Prototipe meliputi desain papan permainan, tiket wisata, token poin, kartu permainan, roda spinner, pion, serta buku panduan yang dirancang dengan mempertimbangkan aspek visual, keterbacaan informasi, dan keseimbangan mekanika. Pada tahap ini, integrasi antara unsur edukasi dan hiburan mulai diwujudkan dalam bentuk produk nyata yang siap diuji.

2.5 Test

Tahap test dilakukan melalui uji coba terbatas kepada calon pengguna yaitu remaja berusia 16-17 tahun sebagai representasi generasi muda untuk mengevaluasi pengalaman bermain, kejelasan aturan, serta efektivitas penyampaian informasi destinasi. Umpan balik yang diperoleh digunakan sebagai dasar perbaikan dan penyempurnaan desain. Melalui tahap ini, *board game* "JAKUT GO" diharapkan mampu berfungsi secara optimal sebagai media pengenalan pariwisata Jakarta Utara yang interaktif dan menarik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tahapan perancangan *board game* "JAKUT GO" sebagai media pengenalan pariwisata Jakarta Utara. Uraian difokuskan pada proses yang dilalui peneliti mulai dari tahap pengumpulan data hingga visualisasi akhir karya, guna menjelaskan landasan konseptual, metodologis dan visual yang mendasari perancangan. Melalui proses kreatif yang dilakukan dapat dipahami secara sistematis serta menunjukkan keterkaitan antara data, konsep dan hasil perancangan.

3.1 Proses Perancangan

Perancangan karya ini diawali dengan tahap persiapan berupa pengumpulan data sebagai dasar dalam proses perancangan. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh pemahaman mengenai karakteristik pariwisata Jakarta Utara, kebutuhan dan preferensi target audiens, serta potensi penerapan *board game* sebagai media pengenalan destinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa sumber data, antara lain:

a. Observasi

Observasi dilakukan pada beberapa lokasi wisata yang memiliki nilai sejarah, budaya, maupun rekreasi, khususnya di wilayah Jakarta Utara seperti Taman Impian Jaya Ancol, Museum Bahari, Rumah Si Pitung, Pantjoran Chinatown PIK, dan Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi daya tarik wisata, ketersediaan fasilitas, serta unsur visual dan kultural yang dapat diadaptasi ke dalam desain *board game*. Melalui pengamatan langsung, peneliti menganalisis karakter lingkungan, ikon destinasi, serta pola interaksi pengunjung, khususnya generasi muda, terhadap ruang dan aktivitas wisata. Berdasarkan hasil observasi, setiap destinasi memiliki ciri khas visual, pengalaman rekreasi, dan nilai

sejarah yang kuat. Unsur-unsur tersebut kemudian diadaptasi ke dalam konsep permainan, sehingga pemain dapat merasakan pengalaman menjelajahi Jakarta Utara melalui mekanisme eksplorasi dalam *board game*.

Selain itu, observasi media juga dilakukan di Dice *Board Game* and Kitchen serta *Jakarta Illustration and Creative Arts Fair 2025* (JICAF 2025) yang diselenggarakan di *The Space*, Senayan City. Observasi ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman mengenai mekanisme permainan, sistem aturan, desain visual, serta pengalaman interaksi sosial dalam *board game*. Temuan dari observasi media ini menjadi referensi dalam merancang mekanika dan pendekatan visual *board game* "JAKUT GO" agar lebih interaktif dan sesuai dengan preferensi target audiens.

b. Data Kuisisioner Calon Pengguna

Pengumpulan data melalui kuisisioner dilakukan secara daring menggunakan Google Form pada tanggal 10 September 2025 dan diisi oleh 51 responden. Mayoritas responden berada pada rentang usia 15–20 tahun dan usia 25 tahun ke atas, yang merepresentasikan kelompok remaja dan usia produktif sebagai target audiens *board game* "JAKUT GO". Kuisisioner ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ketertarikan terhadap konsep *board game* bertema pariwisata Jakarta serta preferensi responden terhadap media interaktif sebagai sarana pengenalan destinasi.

Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan tertarik terhadap konsep *board game* yang mengangkat tema pariwisata Jakarta. Responden menilai bahwa media permainan dinilai lebih menarik dan tidak membosankan dibandingkan media promosi konvensional seperti brosur atau artikel informatif. Selain itu, mayoritas responden juga menyatakan bahwa mereka lebih mudah memahami informasi apabila disampaikan melalui aktivitas yang melibatkan interaksi dan pengalaman langsung.

Temuan ini memperlihatkan adanya potensi penggunaan *board game* sebagai media alternatif dalam mengenalkan pariwisata, khususnya bagi generasi muda yang cenderung menyukai pendekatan yang partisipatif dan berbasis pengalaman. Data kuisisioner tersebut kemudian menjadi dasar dalam merancang mekanika permainan yang interaktif, kompetitif, serta tetap memuat informasi destinasi secara jelas dan terstruktur.

c. Wawancara Narasumber Ahli Media

Wawancara dilakukan dengan Mahawira Singh Dillon selaku Ketua Asosiasi Pegiat Industri Board Game Indonesia (APIBGI) pada tanggal 29 September 2025 melalui Google Meet. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur, yaitu dengan menyiapkan beberapa pertanyaan utama, namun tetap memberikan ruang untuk pengembangan pertanyaan agar diskusi berjalan lebih alami dan mendalam (Romdona et al., 2025). Hasil wawancara menunjukkan bahwa *board game* memiliki potensi besar sebagai media yang tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga mampu menyampaikan informasi secara efektif. Narasumber menyampaikan bahwa penggunaan tema lokal seperti pariwisata Jakarta Utara merupakan langkah yang relevan karena dapat memperkenalkan potensi daerah melalui cara yang lebih menarik dan interaktif bagi generasi muda.

Lebih lanjut, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa *board game* "JAKUT GO" dinilai memiliki keunikan dibandingkan *board game* pada umumnya, terutama karena mengusung bentuk tiga dimensi (3D). Bentuk 3D tersebut dianggap cukup jarang ditemukan, khususnya pada *board game* bertema edukasi, sehingga memberikan nilai tambah dari segi visual dan pengalaman bermain. Desain grafis yang digunakan juga dinilai sudah cukup baik dan mampu menarik minat audiens untuk mencoba permainan. Selain itu, narasumber turut menyarankan agar aspek produksi dan penentuan harga

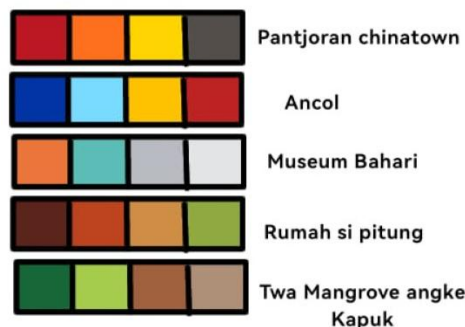
diperhatikan secara matang. Hal ini penting agar inovasi desain yang telah dirancang tidak hanya menarik secara konsep, tetapi juga dapat diproduksi dengan harga yang bersaing dan memiliki peluang untuk diterima di pasar.

3.2 Visualisasi Akhir Karya

Board game JAKUT GO merupakan hasil dari proses perancangan yang telah melalui tahapan observasi, analisis data, hingga pengujian prototipe. Karya ini diwujudkan dalam bentuk permainan papan tiga dimensi (3D) yang mengangkat konsep eksplorasi destinasi wisata Jakarta Utara. Pendekatan visual dirancang untuk menciptakan pengalaman bermain yang imersif, komunikatif, dan menarik bagi target audiens remaja dan dewasa muda.

Konsep permainan difokuskan pada pengalaman eksplorasi destinasi wisata. Pemain berperan sebagai wisatawan yang ditugaskan untuk mengunjungi seluruh lokasi yang tersedia, mengumpulkan tiket kunjungan, serta memperoleh poin sebanyak mungkin untuk memenangkan permainan. Alur permainan dirancang menyerupai perjalanan wisata, sehingga pemain secara tidak langsung memahami urutan dan karakter masing-masing destinasi.

Untuk memperkuat konsep eksplorasi tersebut secara visual, perancangan JAKUT GO diawali dengan penentuan color palette yang merepresentasikan identitas masing-masing destinasi wisata. Pemilihan warna didasarkan pada karakter visual asli dari setiap lokasi, sehingga mampu membangun asosiasi yang kuat antara elemen permainan dan destinasi yang diperkenalkan. Misalnya pada wisata Taman Impian Jaya Ancol direpresentasikan dengan warna biru yang melambangkan suasana laut dan kawasan rekreasi pantai.



Gambar 1. Colot Palette/warna-warna yang digunakan

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025



Gambar 2. Papan Permainan JAKUT GO

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025

Sebagai media utama permainan, papan permainan dirancang berbentuk segi lima dengan ukuran 60 x 57 x 15 cm dipilih sebagai representasi visual dari lima destinasi utama yang diangkat dalam permainan, yaitu Taman Impian Jaya Ancol, Pantjoran Chinatown PIK, Museum Bahari, Rumah Si Pitung, dan Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk. Setiap sisi papan menampilkan ilustrasi semi-realistis yang menonjolkan ikon arsitektur, elemen lanskap, serta suasana khas masing-masing lokasi.



Gambar 3. Kartu Permainan

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025

Untuk mendukung dinamika permainan, *board game* ini dilengkapi kartu permainan yang berfungsi sebagai media informasi sekaligus elemen tantangan. Kartu permainan dibuat dengan jumlah 10 untuk setiap destinasi wisata (total 50 kartu). Kartu ini memuat pengetahuan singkat mengenai sejarah, budaya, hiburan, dan kuliner dari masing-masing destinasi, serta instruksi tertentu yang dapat memengaruhi perolehan poin pemain. Melalui kartu permainan, proses penyampaian informasi dilakukan secara interaktif sehingga pemain tetap terlibat aktif tanpa merasa sedang menerima materi secara formal. Pada bagian belakang setiap kartu terdapat penomoran dari angka 1 hingga 10. Sistem ini terintegrasi dengan papan permainan yang juga memiliki petak bernomor 1–10. Mekanisme permainan mengatur bahwa ketika pemain berhenti pada petak bernomor tertentu, misalnya angka 1, maka pemain wajib mengambil kartu dengan

nomor yang sesuai, yaitu kartu nomor 1. Sistem ini dirancang untuk menciptakan keteraturan dalam distribusi kartu sekaligus menambah unsur antisipasi dan keterlibatan pemain.



Gambar 4. Pion/Bidak Karakter

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025

JAKUT GO juga dilengkapi dengan pion atau bidak karakter yang terdiri atas lima tokoh, yaitu Si Pitung, ondel-ondel pria, ondel-ondel wanita, Abang, dan None. Kelima karakter ini dipilih sebagai representasi budaya Betawi yang menjadi identitas khas Jakarta, khususnya Jakarta Utara. Setiap bidak dirancang dengan ciri visual yang mudah dikenali dan mencerminkan atribut khas masing-masing tokoh, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai penanda pemain, tetapi juga memperkuat unsur budaya lokal dalam keseluruhan konsep permainan.



Gambar 5. Tiket Wisata

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025

Selanjutnya, tiket wisata menjadi komponen penting sebagai syarat untuk mengunjungi destinasi tertentu. Setiap destinasi wisata dilengkapi tiket khusus yang harus dibeli pemain dengan poin. Desain tiket dibuat berupa tulisan dari nama setiap destinasi wisata.



Gambar 6. Token Poin

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025

Pengelolaan poin dilakukan melalui token yang berfungsi sebagai alat tukar sekaligus indikator kemenangan. Pemain harus mengumpulkan dan menggunakan token secara efektif untuk membeli tiket wisata. Token dibuat dalam bentuk kepingan atau

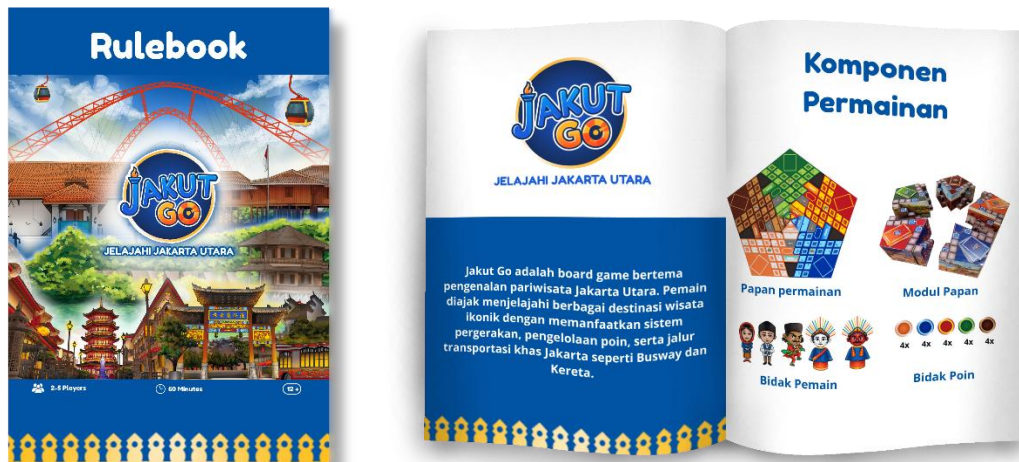
token yang berfungsi sebagai alat tukar untuk membeli tiket wisata. Desain Token menyerupai koin yang terdiri dari 2 angka yaitu satu dan tiga yang dibedakan dengan warna. Pada desain poin terdapat visual siluet dari ondel-ondel yang merupakan salah satu kebudayaan Jakarta. Token terdiri atas dua jenis yang dibedakan berdasarkan nilai dan warna. Token bernilai 1 poin ditandai dengan angka "1" dan menggunakan warna biru, sedangkan token bernilai 3 poin ditandai dengan angka "3" dan menggunakan warna merah.



Gambar 7. Roda Spinner

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025

Sebagai penentu langkah, permainan ini menggunakan roda spinner yang menggantikan fungsi dadu konvensional. Roda spinner terdiri atas angka 1 hingga 5 yang berfungsi sebagai penentu jumlah langkah pemain dalam setiap giliran. Elemen ini ditempatkan di bagian tengah papan permainan agar mudah dijangkau oleh seluruh pemain dan menjadi pusat interaksi selama permainan berlangsung.



Gambar 8. Buku Panduan

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025

Untuk memastikan permainan dapat dipahami dengan baik, *board game* ini dilengkapi dengan buku panduan (rulebook) yang menjelaskan tujuan permainan, cara persiapan, alur bermain, fungsi setiap komponen, serta ketentuan penentuan pemenang.



Gambar 9. Kemasan board game JAKUT GO

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025

Kemasan *board game* JAKUT GO dirancang dalam bentuk kotak dengan ukuran 42 x 42 x 18 cm yang dicetak pada kertas art carton 260 gsm, kemudian ditempelkan pada box yang sudah dibentuk dari bahan hard board.

3.3 Uji Coba Validasi Pengguna

Tahap uji coba dilakukan kepada lima orang audiens dengan rentang usia 16–17 tahun yang merepresentasikan kelompok remaja dan generasi muda sebagai target utama permainan. Pemilihan rentang usia ini disesuaikan dengan segmentasi pasar JAKUT GO yang menyasar remaja hingga dewasa muda, sehingga responden dinilai relevan untuk mengevaluasi aspek mekanika permainan, kejelasan aturan, serta daya tarik visual.



Gambar 10. Uji Coba Validasi Pengguna

Sumber: Data Malik Ilyasa, 2025

Uji coba dilaksanakan melalui satu sesi permainan penuh secara langsung. Selama proses berlangsung, dilakukan pengamatan terhadap interaksi antarpemain, tingkat pemahaman terhadap aturan, penggunaan komponen permainan, serta respons yang muncul selama aktivitas bermain. Setelah sesi berakhir, responden memberikan umpan balik secara lisan mengenai pengalaman bermain, tingkat kesulitan, kejelasan instruksi, serta ketertarikan terhadap tema pariwisata yang diangkat.

Hasil uji coba menunjukkan bahwa pemain dapat memahami alur permainan dengan cukup baik setelah membaca buku panduan. Elemen visual tiga dimensi pada papan permainan dinilai menarik dan memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan *board game* konvensional. Mekanisme kartu permainan dan sistem pembelian tiket menggunakan poin juga dianggap mampu meningkatkan keterlibatan serta mendorong pemain untuk berpikir strategis.

3.4 Pembahasan

Board game JAKUT GO dirancang sebagai media pengenalan pariwisata Jakarta Utara dengan mengusung konsep eksplorasi destinasi wisata. Permainan ini menghadirkan pengalaman yang menyerupai perjalanan wisata, di mana pemain berperan sebagai wisatawan yang mengunjungi lima destinasi utama dan mengumpulkan tiket sebagai syarat kemenangan. Konsep tersebut bertujuan untuk mengintegrasikan unsur edukasi dan hiburan dalam satu media interaktif, sehingga informasi mengenai sejarah, budaya, dan karakter destinasi dapat disampaikan secara menyenangkan dan partisipatif. Mekanisme permainan yang melibatkan sistem poin, kartu permainan, serta pembelian tiket dirancang untuk mendorong pemain berpikir strategis sekaligus tetap terlibat secara aktif selama permainan berlangsung.

Identitas visual permainan dibangun melalui penggunaan color palette yang merepresentasikan karakter masing-masing destinasi wisata. Setiap lokasi memiliki warna dominan yang diambil dari elemen visual aslinya, sehingga membantu pemain membangun asosiasi terhadap tempat yang diperkenalkan. Papan permainan berbentuk segi lima menjadi representasi simbolis dari lima destinasi utama, diperkuat dengan elemen tiga dimensi yang memberikan kesan ruang dan kedalaman. Tipografi Fredoka One digunakan untuk menghadirkan kesan ramah, modern, dan mudah dibaca, sesuai dengan target audiens usia 12–25 tahun. Keseluruhan elemen visual dirancang konsisten agar membentuk identitas yang kuat dan mudah dikenali.

Perancangan dilakukan menggunakan perangkat lunak CorelDraw untuk memudahkan pengaturan ukuran, tata letak, serta perancangan setiap komponen permainan secara presisi. Sementara itu, aplikasi Ibis Paint X digunakan dalam pembuatan ilustrasi destinasi guna menghasilkan visual yang detail dan menarik. Setelah tahap desain selesai, *board game* dicetak menggunakan kertas art carton 260 gsm untuk menjaga ketahanan dan kualitas warna. Hasil cetakan kemudian ditempelkan pada hard board yang telah dibentuk sesuai ukuran, sehingga menghasilkan papan permainan yang kokoh dan sesuai dengan konsep tiga dimensi yang dirancang.

Dengan demikian, *board game* “JAKUT GO” diharapkan dapat menjadi media komunikasi visual alternatif yang mampu meningkatkan ketertarikan generasi muda terhadap potensi wisata Jakarta Utara. Permainan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai media pembelajaran informal yang memperkenalkan nilai sejarah, budaya, dan karakter kawasan secara lebih interaktif.

4. KESIMPULAN

Perancangan *board game* JAKUT GO sebagai media pengenalan pariwisata Jakarta Utara merupakan upaya menghadirkan alternatif media komunikasi visual yang interaktif dan edukatif bagi generasi muda. Melalui pendekatan *Design Thinking* yang meliputi tahapan observasi, pengumpulan data, wawancara ahli, perancangan prototipe, hingga uji coba pengguna, karya ini dirancang berdasarkan kebutuhan serta karakteristik target audiens usia 12–25 tahun.

Konsep eksplorasi destinasi wisata diterapkan dalam mekanika permainan yang mendorong pemain untuk mengunjungi lima lokasi utama Jakarta Utara, mengumpulkan tiket, serta mengelola poin secara strategis. Integrasi unsur edukasi dalam kartu permainan, penggunaan elemen visual tiga dimensi pada papan, serta representasi budaya Betawi melalui desain karakter menjadi nilai tambah yang membedakan JAKUT GO dari *board game* konvensional. Pemilihan warna yang merepresentasikan identitas

masing-masing destinasi serta penggunaan tipografi yang ramah dan mudah dibaca turut memperkuat identitas visual permainan.

Hasil uji coba kepada kelompok remaja menunjukkan bahwa permainan dapat dipahami dengan baik dan dinilai menarik dari segi visual maupun mekanika. Hal ini menunjukkan bahwa *board game* memiliki potensi sebagai media pembelajaran informal yang mampu meningkatkan ketertarikan terhadap pariwisata lokal melalui pengalaman bermain yang menyenangkan.

Dengan demikian, JAKUT GO tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pengenalan pariwisata Jakarta Utara yang komunikatif, partisipatif, dan relevan dengan karakter generasi muda. Ke depan, pengembangan lebih lanjut dapat dilakukan pada aspek produksi massal serta perluasan cakupan destinasi guna memperkuat kontribusi media permainan dalam promosi pariwisata daerah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2025, 2 Mei). Perkembangan Pariwisata Provinsi DKI Jakarta Maret 2025 (Berita Resmi Statistik No. 1210). BPS Provinsi DKI Jakarta.
<https://jakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2025/05/02/1210/perkembangan-pariwisata-provinsi-dki-jakarta-maret-2025.html>.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2025, 4 September). Berita Resmi Statistik Provinsi DKI Jakarta September 2025 (Berita Resmi Statistik No. 6c60124f1bf688e631d215be). BPS Provinsi DKI Jakarta.
<https://jakarta.bps.go.id/id/publication/2025/09/04/6c60124f1bf688e631d215be/berita-resmi-statistik-provinsi-dki-jakarta-september-2025.html>
- Hadiwardoyo, S. P., Marina, D., & Sihombing, A. (2014). Studi Awal Perumusan Indikator Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran 12 Destinasi Wisata di Jakarta Utara. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 2(1), 1–15.
- Hassan, R., & Zainal, Z. (2020). Board Games as a Learning Tool: A Systematic Review. *Journal of Educational Technology & Society*.
- Putri, A. N., & Agustin, S. A. (2023). Perancangan Board Game Jelajah Kota Tua Jakarta untuk Remaja Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Barik*, 4(1), 12-25.
- Wibowo, I. C. A., & Agustin, S. A. (2023). Perancangan Board Game dengan Tema Jelajah Bangunan Bersejarah di Kota Malang. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 11(4), 44-49.
<https://doi.org/10.12962/j23373520.v11i4.73078>
- Hadi, A. (2021) Penelitian kualitatif studi fenomenologi, *case study, grounded theory*, etnografi, biografi. CV. Pena Persada.