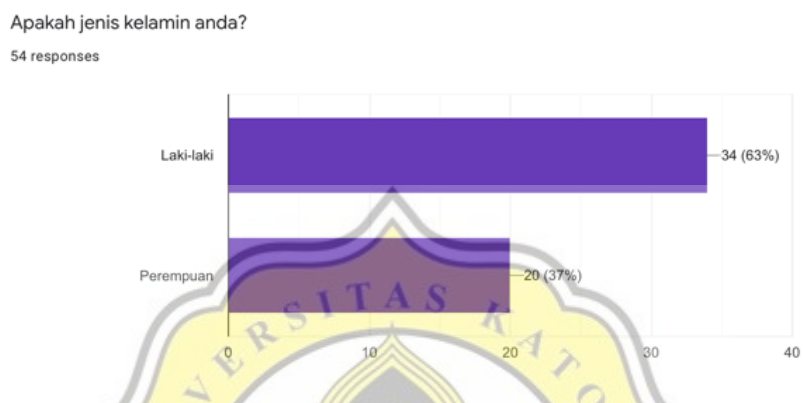


## BAB 3.

### STRATEGI KOMUNIKASI

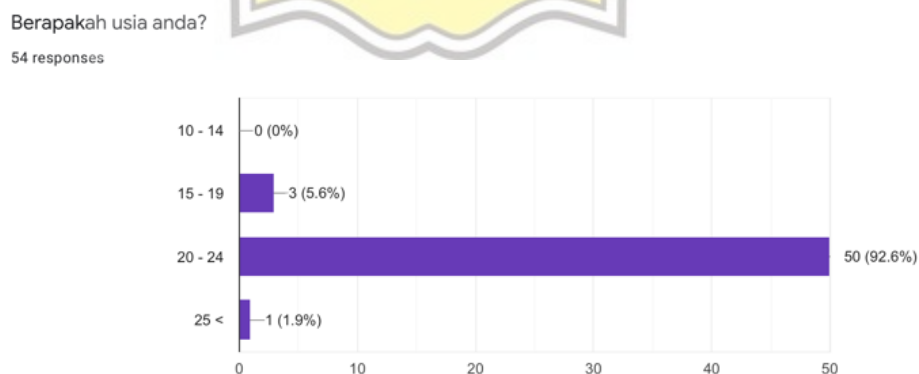
#### 3.1 Hasil Kuisisioner

Setelah melakukan survey terhadap para remaja dengan menyebarkan pertanyaan kuisisioner, peneliti mendapatkan beberapa data lapangan yang terkait. Dari survey yang dilakukan, didapati total responden berjumlah 54 orang, dengan 34 orang laki-laki dan 20 orang perempuan.



Gambar 3.1 Pertanyaan Terkait Jenis Kelamin Responden  
[Sumber : Dokumentasi Pribadi]

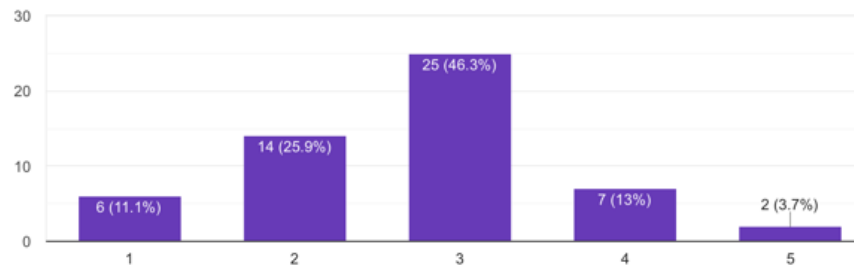
Kemudian responden dibagi menurut usia, 3 orang berusia 15-19 tahun, 50 orang berusia 20-24 tahun, dan 1 orang berusia diatas 25 tahun. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari, 2004 dalam Okviana Armyati, Eky (2016) masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria.



Gambar 3.2 Pertanyaan Terkait Usia Responden  
[Sumber : Dokumentasi Pribadi]

Seberapa besar anda mengetahui tentang cerita pewayangan?

54 responses



Gambar 3.3 Pertanyaan Terkait Pengetahuan Tentang Cerita Pewayangan  
[Sumber : Dokumentasi Pribadi]

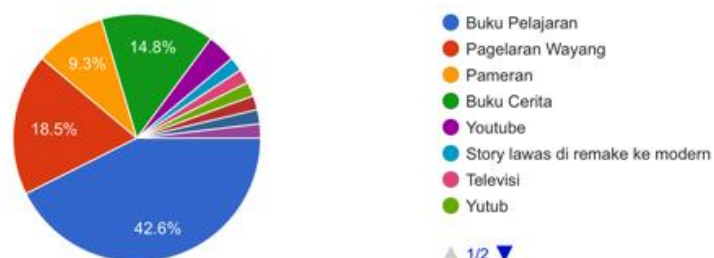
Dalam pertanyaan skala linear “Seberapa besar anda mengetahui tentang cerita pewayangan?”, dari 54 responden yang menjawab, 3,7% memilih (5) yakni paham betul tentang pewayangan, 13% memilih (4) yang berarti paham, 46,3% memilih (3) yang berarti mereka sekedar mengetahui, 25,9% memilih (2) tidak begitu tahu dan (11,1%) memilih (1) yakni tidak tahu sama sekali.

Hasil dari survey ini membuktikan bahwa sudah banyak remaja yang mengetahui tentang cerita pewayangan, namun tidak terlalu banyak dari antara mereka yang memahami betul terkait isi dan informasi tentang ceritanya.

Bahkan bila dibandingkan, persentase remaja yang tidak begitu tahu tentang cerita pewayangan yakni 25,9%, lebih banyak jumlahnya dibandingkan mereka yang paham yang hanya 13%.

Dimana anda biasa menjumpai adanya cerita pewayangan?

54 responses



Gambar 3.4 Pertanyaan Terkait Dimana Responden Menemui Cerita Pewayangan  
[Sumber : Dokumentasi Pribadi]

Dalam pertanyaan pilihan “Dimana anda biasa menjumpai adanya cerita pewayangan?”, jawaban didominasi oleh cerita pewayangan yang dijumpai di buku pelajaran, hingga 42,6%, disusul dengan pagelaran wayang 18,5%, kemudian dari buku cerita 14,8% disusul dengan pameran 9,3%, dan berikutnya jawaban menurut masing-masing responden.

Hal ini menunjukkan bahwa para remaja lebih cenderung banyak mendapatkan informasi terkait cerita pewayangan lewat pendidikan formal, yang kemudian disusul lewat pagelaran wayang itu sendiri.

Memang banyak dijumpai dalam pendidikan di sekolah-sekolah baik di sekolah dasar sampai menengah, sudah diberikan materi tentang muatan lokal. Materi muatan lokal adalah materi yang khusus diberikan oleh sekolah pada suatu wilayah tertentu, terkait apa yang dimiliki di wilayah tersebut. Seperti Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga Daerah Istimewa Yogyakarta yang merencanakan materi wayang masuk dalam mata pelajaran muatan lokal di sekolah di daerah Yogyakarta. (Luqman Hakim, 2013, bali.antaranews.com) Didapati apabila suatu daerah, memiliki kebudayaan dan ilmu tentang cerita pewayangan di dalam budayanya, maka dapat dipastikan di dalam materi muatan lokalnya pasti ada cerita pewayangan. Seperti pada kasus ini yakni ada di daerah Semarang.



Gambar 3.5 Pertanyaan Terkait Model Wayang yang Sering Dijumpai  
[Sumber : Dokumentasi Pribadi]

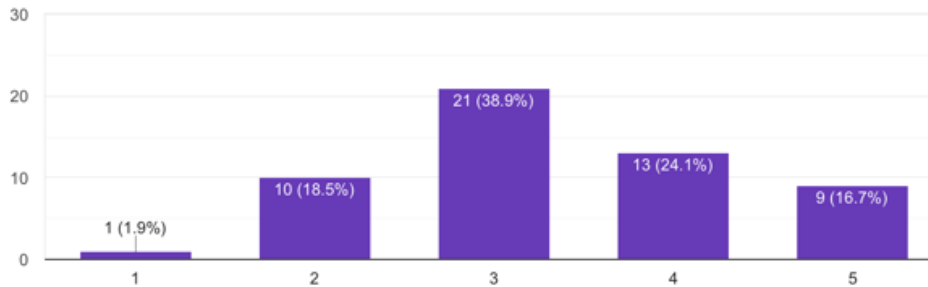
Dari pertanyaan pilihan yang berikutnya, yakni “Dari beberapa pilihan ini, bentuk cerita pewayangan mana yang sering kamu jumpai?” didapatkan data bahwa para remaja di ruang lingkup DKV Unika Soegijapranata Semarang, lebih sering menjumpai wayang kulit yakni 81,5% dari total 54 responden, kemudian disusul dengan jumlah yang sama antara wayang golek dan wayang potehi yang sama-sama 9,3%.

Data ini muncul sebab survey dilakukan kepada mahasiswa yang berada di kota Semarang, kota yang berada di Jawa Tengah, yang disitu merupakan salah satu titik pusat budaya Jawa, dimana wayang kulit menjadi salah satu kebudayaan disana.

Hal ini menunjukkan bahwa lokasi dan kebudayaan suatu daerah menentukan jenis wayang apa yang ada disana, sehingga mempengaruhi juga terkait bagaimana para remaja disana merespon kebudayaan tersebut.

Seberapa besar ketertarikanmu terhadap cerita pewayangan tersebut?

54 responses



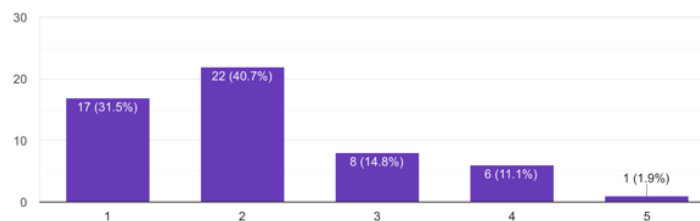
Gambar 3.6 Pertanyaan Terkait Ketertarikan Pada Cerita Wayang  
[Sumber : Dokumentasi Pribadi]

Pertanyaan selanjutnya adalah terkait seberapa besar ketertarikan para remaja terhadap cerita pewayangan. Dan didapatkan data bahwa 16,7% remaja sangat tertarik dengan cerita pewayangan, 24,1% sedikit tertarik, 38,9% biasa saja, 18,5% tidak tertarik, 1,9% sangat tidak tertarik.

Disini terlihat bagaimana para remaja memiliki kecenderungan tidak terlalu tertarik dengan cerita pewayangan. Melihat dari pilihan ke-(3) yang mendapat suara terbanyak dapat disimpulkan bahwa para remaja tidak cukup memiliki antusias dan minat terhadap cerita pewayangan. Namun bukan juga berarti para remaja tidak tertarik dengan cerita pewayangan, karena bila dibandingkan antara pilihan (1)(2) dan (4)(5), jumlah persentasenya masih banyak yang memilih (4)(5).

Seberapa sering kamu menjumpai cerita pewayangan tersebut?

54 responses



Gambar 3.7 Pertanyaan Terkait Seringnya Menjumpai Cerita Wayang  
[Sumber : Dokumentasi Pribadi]

Kemudian dalam pertanyaan berikutnya, tentang seberapa sering para remaja menjumpai cerita pewayangan. Didapati data bahwa para remaja jarang menjumpai cerita pewayangan, hanya 1,9% saja yang mengatakan sering.

Hal ini menunjukkan bahwa adanya alasan mengapa tidak adanya ketertarikan lebih dari para remaja terhadap cerita pewayangan. Para remaja yang jarang menjumpai cerita pewayangan menjadikan mereka tidak terlalu tertarik terhadapnya.

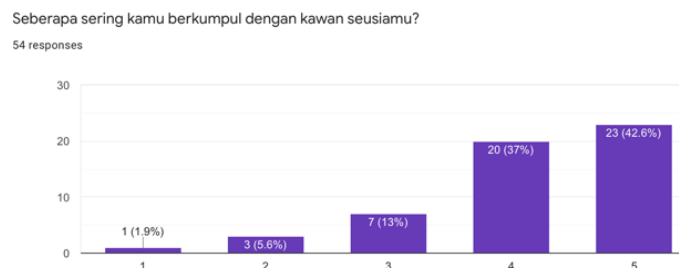
Dalam teori Kognitif Kontemporer dikatakan bahwa kebiasaan (habit) merupakan penjelasan alternatif yang bisa digunakan untuk memahami perilaku sosial seseorang di samping instink (instinct).

Karena para remaja jarang menjumpai cerita pewayangan, maka secara kognitif kontemporer, ia tidak mendapatkan kebiasaan yang mampu memunculkan afeksi pada cerita pewayangan.



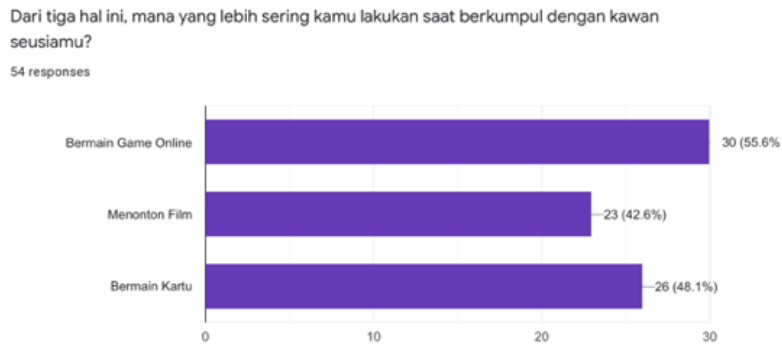
Gambar 3.8 Pertanyaan Terkait Alasan Ketidaktertarikan [Sumber : Dokumentasi Pribadi]

Kemudian dalam kuisioner juga ditanyakan terkait apa yang menjadikan para remaja tidak tertarik dengan cerita pewayangan. Dan didapatkan hasil tertinggi (46,3%) adalah karena cerita pewayangan tergantikan dengan hal yang lebih modern, kemudian disusul dengan visual dari cerita pewayangan yang kurang mendapat peremajaan, dan karena para remaja tidak terbiasa untuk mencari tahu tentang cerita pewayangan (16,7%).



Gambar 3.9 Pertanyaan Terkait Intensitas Berkumpul [Sumber : Dokumentasi Pribadi]





Gambar 3.10 Pertanyaan Terkait Kegiatan yang Dilakukan saat Berkumpul  
[Sumber : Dokumentasi Pribadi]

Kemudian dalam kuisisioner juga ditanyakan terkait seberapa sering para remaja berkumpul dengan kawan seusia mereka, dan hasilnya adalah 42,6% mengatakan sering berkumpul. Hal ini kemudian dikaitkan juga dengan apa yang menjadi kebiasaan para remaja saat berkumpul dengan kawan seusianya. Dan didapatkan hasil yang cukup seimbang diantara bermain game online, menonton film, maupun bermain permainan kartu.

Para remaja bisa sering berkumpul dengan kawan seusianya menjadi sebuah kebiasaan yang mereka alami. Hal ini dapat menjadi sebuah media untuk menyisipkan cerita pewayangan kepada mereka lewat kebiasaan mereka. Dan untuk media apa yang menjadi sarana cerita pewayangan masuk bisa dari banyak hal yang sudah menjadi kebiasaan para remaja. Bisa melalui game online, melalui film, bahkan juga melalui permainan kartu, karena ketiga hal tersebut mendapat persentase yang cukup seimbang.

### 3.2 Hasil Wawancara

Perancang melakukan wawancara kepada Bapak Rama Wahono, salah seorang pengurus sanggar wayang orang Ngesti Pandawa yang berada di Kota Semarang, wawancara dilakukan via telepon menggunakan aplikasi WhatsApp pada tanggal 28 Maret 2021. Bapak Rama Wahono merupakan seorang pengurus sanggar sekaligus seorang pemerhati kebudayaan wayang, terutama wayang orang. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui lebih dalam terkait penokohan dalam cerita Ramayana dan Mahabarata yang menjadi tokoh dalam perancangan permainan kartu ini. Didapati hasil dari wawancara ini sudah tercantum didalam lampiran yang tertera pada laporan ini. Berikut hasil kesimpulan wawancara, yang pertama adalah tentang 5 tokoh penting dalam masing-masing cerita Ramayana dan Mahabarata.

Ramayana merupakan sebuah lakon cerita tentang perang antara Sri Rama dan Rahwana, Rama yang ingin mengambil kembali Dewi Shinta yang sudah diculik oleh Rahwana. Didapati untuk cerita Ramayana, tokoh yang menjadi tokoh utama didalamnya adalah Sri Rama, Dewi Shinta, Rahwana, Hanoman, dan Lesmana. Tokoh Rama merupakan tokoh protagonis dalam cerita Ramayana, Rama berasal dari kerajaan Ayodya. Dewi Shinta adalah tokoh wanita yang menjadi perebutan antara Rama dan Rahwana, Dewi Shinta kemudian diperistri Rama saat Rama memenangkan sayembara menarik Busur Pusaka Kerajaan Mantili (Mithiladiraja). Rahwana merupakan tokoh raksasa yang menjadi tokoh antagonis karena ia menculik Dewi Shinta untuk diperistri. Hanoman merupakan tentara berwujud kera putih yang menjadi panglima setia dari Rama yang bersama kedua saudaranya, Subali dan Sugriwa juga membantu dalam perang Ramayana.



Gambar 3.11 Wayang Orang Rama dan Shinta.  
[Sumber : borobudurpark.com]

Sedangkan cerita Mahabarata merupakan cerita tentang perang di Kurusetra, perebutan kekuasaan antara lima putra Pandu (Pandawa) yang dipimpin oleh Yudhistira dan sekutunya melawan seratus putra Dretarastra (Kurawa) yang dipimpin oleh Duryudana dan sekutunya. Di dalam cerita Mahabarata 5 tokoh yang paling penting adalah tokoh-tokoh Pandawa, yakni Yudhistira, Bima, Arjuna, Nakula, dan Sadewa. Yudhistira merupakan Pandawa yang paling tua, ia memiliki sifat bijaksana, tidak memiliki musuh, dan tidak pernah berdusta seumur hidupnya. Bima merupakan putra kedua dari Pandu dan Kunti, bima memiliki postur besar, tinggi, dan berwajah paling sangar. Arjuna merupakan anak bungsu dari Pandu dan Kunti, ia memiliki penampilan yang rupawan dan ia juga memiliki kemampuan dalam memanah. Nakula dan Sadewa, merupakan putra kembar dari pasangan Pandu dan Madri. Nakula adalah seorang kesatria berpedang yang tangguh, sedangkan Sadewa merupakan seorang yang bijaksana dan juga merupakan seseorang yang ahli dalam ilmu astronomi.



Gambar 3.12 Para Anggota Pandawa Lima  
[Sumber : seputarpengetahuan.co.id]

Di dalam wawancara, Bapak Wahono memberikan sebuah saran untuk menyertakan tokoh Punakawan di dalam permainan ini. Sebab tokoh wayang tersebutlah yang menjadi pembeda antara wayang di Indonesia dan wayang di luar negeri. Punakawan juga dikatakan oleh Bapak Wahono memiliki sisi humoris yang jarang ditemui pada tokoh-tokoh lain, sehingga pada beberapa pertunjukan wayang, pesan moral pada lakon Punakawan bisa disampaikan melalui pendekatan berbeda yang lebih mudah untuk dicerna oleh semua kalangan, yakni pendekatan humor.

Berikut merupakan rangkuman hasil wawancara terkait tokoh pewayangan yang dirangkum dalam bentuk tabel data.

No	Nama Tokoh	Ciri Khas	Karakter	Senjata	Aji-Aji
1	Yudhistira	Bertutur sopan dan sabar	Bijaksana, jujur, lembut, berbudi luhur	Jimat Kalimasada	-
2	Werkudara	Berbadan besar, kuat ahli bermain Gada	Pemarah namun jujur dan berhati mulia	Kuku Pancanaka, Gada Rujakpolo, Gada Lukita Sari, Alugara, Bargawa (Kapak Besar)	Bayubraja
3	Arjuna	Memiliki ketampanan, gemar bertapa	Mulia, berjiwa ksatria, gagah berani, tahan terhadap godaan duniawi	Panah Pasopati, Panah Sarotama, Keris Pulanggeni	Sepiangin
4	Nakula	Ahli dalam pertanian	Lincih dan cerdik	Pedang	-
5	Sadewa	Ahli dalam peternakan dan astronomi	Lincih dan cerdik	Pedang	-

Tabel 3.1 Data Tokoh Mahabarata  
[Sumber : dokumentasi pribadi]



No	Nama Tokoh	Ciri Khas	Karakter	Senjata	Aji-Aji
6	Sri Rama	Berwajah tampan, memiliki keahlian memanah	Tegas, berwibawa, dan berbudi luhur	Panah Agneyastra (Panah Api), Brahmastra, Kyai Danu	-
7	Dewi Shinta	Berwajah cantik	Jujur, lebut dan setia	-	-
8	Rahwana	Berwujud raksasa, memiliki wajah menyeramkan	Pemarah dan penuh iri dengki	Gada, pedang, tombak, panah, dan lain-lain.	Rawarontek, Pancasona
9	Hanoman	Berwujud kera berwarna putih	Loyal dan setia	Gada	-
10	Lesmana	Gemar bertapa memiliki keahlian memanah	Loyal dan setia	Busur Indrastra	Laksmana Rekha

Tabel 3.2 Data Tokoh Ramayana  
[Sumber : dokumentasi pribadi]

### 3.3 SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). SWOT merupakan sebuah metode analisis dimana analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman menjadi daftar yang terorganisir dan bisa disajikan dalam data yang sederhana. Berikut adalah data analisis SWOT dari perancangan permainan kartu ini.

#### 3.3.1 *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan yang dimiliki dari perancangan permainan kartu wayang ini terletak pada kompleksitas sistem permainannya namun tetap mampu menyuguhkan edukasi tentang tokoh wayang secara ringan, karena dikemas menggunakan gambar *super deform* dan visual permainan yang ringan.

#### 3.3.2 *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan yang dimiliki perancangan permainan ini adalah terkait dengan edukasi yang ingin disampaikan tetap harus didampingi dengan sumber dan media lain. Karena permainan ini tidak menyuguhkan edukasi secara kompleks, hanya berfokus pada pemunculan ketertarikan dari pemain terhadap cerita wayang.

### 3.3.3 *Opportunities* (Peluang)

Peluang dari perancangan permainan ini adalah pada peluangnya untuk dapat dikembangkan lebih luas lagi terkait penokohan wayangnya, sebab ada hampir 200 tokoh wayang yang ada saat ini, baik pada cerita Mahabarata, dan juga Ramayana.

Melihat kini Indonesia sudah memiliki *Indonesia E-Sports Association (IESPA)* atau kejuaraan berbasis permainan online, permainan kartu ini bisa turut meramaikan kontes di ajang Nasional atau bahkan Internasional.

### 3.3.4 *Threats* (Ancaman)

Yang menjadi ancaman di dalam perancangan ini adalah terkait bagaimana permainan ini bisa memunculkan ketertarikan pada wayang atau tidak. Sebab tidak dapat dipungkiri, ada banyak media lain di luar sana yang akan juga menjadi konsumsi bagi anak dan remaja pada masa ini.

## 3.4 **USP (*Unique Selling Point*)**

Keunggulan yang dimiliki dari perancangan permainan kartu wayang berbasis *RPG* ini yang dapat menjadi *Unique Selling Point*-nya adalah terkait kemampuannya yang dapat menjadi tren baru anak dan remaja dalam bergaul, melalui pendekatan permainan. Yang mana tren ini dapat menjadi pondasi kokoh bagi lestarnya kebudayaan lokal di Indonesia. Permainan ini juga tidak hanya mengedukasi dari segi kebudayaannya, namun juga mengajarkan tentang logika dasar matematis dan juga pemikiran kognitif dalam berstrategi.

## 3.5 **Sasaran Khalayak**

Yang menjadi target sasaran dalam perancangan ini adalah anak-anak dan remaja usia 15-25 tahun, dimana pada usia tersebut, manusia memiliki energi dan waktu yang cukup untuk digunakan bermain dan belajar melalui permainan kartu wayang berbasis *RPG* ini. Usia 15-25 tahun juga dirasa sebagai anak-anak sudah memiliki kemampuan kognitif dan kemampuan analisa yang cukup untuk memainkan permainan kartu *RPG* yang mana memerlukan strategi dan logika matematis untuk memainkannya.

Berikut merupakan beberapa kategori segmentasi pasar yang digunakan dalam menentukan target sasaran perancangan ini :

### 3.5.1 Demografis

- a. Usia : 15 – 25 tahun
- b. Pendapatan : masih belum bekerja - dibawah 1jt per bulan
- c. Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
- d. Tingkat pendidikan : SMA – Kuliah

### 3.5.2 Geografis

Berdasarkan geografis, target sasaran perancangan ini adalah penduduk Indonesia. Namun target sasaran difokuskan kepada anak atau remaja yang tinggal di pulau Jawa dan Bali, dikarenakan cerita dan penokohan wayang Ramayana dan Mahabarata didapati tidak terlalu sering di tampilkan di luar pulau Jawa dan Bali.

### 3.5.3 Behavioral atau Perilaku

- a. Anak-anak dan remaja akan dikenalkan dengan permainan kartu ini melalui tiap-tiap sekolah. Permainan ini akan dijual kepada tiap sekolah (SMA) untuk nantinya dipinjamkan kepada siswanya atau juga bisa menjadi media pembelajaran pelajaran kebudayaan. Sehingga sekolah menjadi akses utama anak-anak dan remaja mengetahui produk ini.
- b. Permainan ini juga bisa dibeli secara online melalui beragam *platform* jual beli di internet. Sehingga target sasarannya adalah anak-anak dan remaja yang bisa mengakses internet.
- c. Permainan ini juga hadir dalam bentuk aplikasi pada *smartphone*, dengan sistematika pengoleksian kartu secara online. Sehingga target disini adalah anak-anak dan remaja yang sudah memiliki dan terbiasa mengakses *smartphone*.

### 3.5.4 Psikografis

Anak-anak dan remaja yang menjadi target sasaran perancangan ini adalah mereka yang memiliki ketertarikan untuk bermain sebuah permainan yang membutuhkan strategi dalam memainkannya. Target sasarannya juga adalah anak dan remaja yang suka terhadap cerita-cerita masif baik berbentuk novel, komik, maupun film.

### 3.6 Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi yang dilakukan dalam perancangan permainan kartu wayang berbasis *RPG* ini dilakukan dengan melihat dari model komunikasi pemasaran AISAS.

#### a. *Attention*

Permainan ini akan dijual kepada sekolah-sekolah (SMA) yang nantinya akan menjadi media pembelajaran bagi siswa atau juga dapat dipinjamkan kepada siswa. Disini perancang akan memunculkan atensi dari para remaja pada permainan kartu ini melalui beberapa media sekunder berupa iklan di sosial media maupun di tempatkan secara fisik di beberapa titik yang sering dikunjungi oleh remaja di usia 15-25 tahun.

#### b. *Interest*

Diharapkan dengan mulai bersinggungannya para siswa terhadap permainan ini, dan seringnya melihat iklan tentang permainan ini, akan muncul ketertarikan dalam diri mereka untuk terus memainkan dan mempelajari isi dari permainan ini.

#### c. *Search*

Setelah muncul ketertarikan, para siswa akan mencari tahu bagaimana permainan ini dimainkan dan apa isi dari cerita dan tokoh didalamnya. Mereka akan mencarinya di internet dan selain menemukan informasinya mereka juga menemukan bahwa permainan ini diperjual belikan, baik secara online maupun toko mainan konvensional.

#### d. *Action*

Dengan memiliki ketertarikan dan sudah mengetahui dimana bisa membeli permainan ini, diharapkan para siswa akan membeli permainan ini, dan juga kartu-kartu lain yang tidak tersedia dalam permainan pada sekolah mereka. Sehingga mereka bisa memainkannya sendiri bersama kawan mereka, dan saling bertukar kartu, dan mengikuti perkembangan permainan ini, baik dalam *gameplay* nya maupun dalam ceritanya.

#### e. *Share*

Karena permainan ini hanya dapat dimainkan minimal 2 pemain, maka secara otomatis mereka akan berbagi informasi terkait permainan ini kepada kawan mereka, baik secara lisan maupun lewat sosial media mereka masing-masing.

### 3.7 Strategi Media

Media yang ada dalam permainan kartu tidak hanya pada kartunya saja, melainkan juga terdapat berbagai macam media yang ada, berikut beberapa media pada permainan kartu :

### 3.7.1 Media Primer

#### a. Kartu

Karakter penokohan pada kartu dirancang menggunakan tokoh pewayangan yang sudah melalui tahap *Super Deform*, atau *Chibi*.

Meskipun gambar tokoh dan objek pada tiap kartu berbeda, frame pada tiap kartu harus dibuat dengan memiliki benang merah visual yang sama, agar memunculkan kesatuan dalam keseluruhan kartu. Frame yang akan dibuat dirancang menggunakan elemen-elemen kebudayaan Jawa dan Hindu seperti bantu relief pada candi, sulur, dan juga tidak lupa elemen pewayangannya.

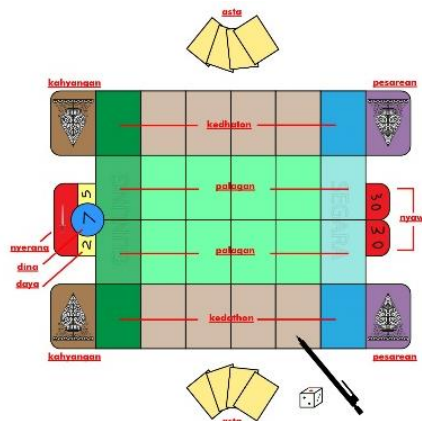
Selain frame kartu, desain pada bagian belakang kartu juga disamakan, desain yang ada dirancang menggunakan gaya desain pewayangan dan juga memiliki elemen kebudayaan.



Gambar 3.13 Gambaran Penataan Layout Kartu  
[Sumber : Dokumen Pribadi]

#### b. Papan

Papan yang menjadi arena bermain digambarkan memiliki keterkaitan dalam cerita dan istilah, dimana papan dirancang seperti dua buah kerajaan (Kedhaton) yang saling berhadapan dan dibatasi oleh area peperangan (Palagan).



Gambar 3.14 Gambaran Penataan Layout Papan Permainan  
[Sumber : Dokumen Pribadi]



c. Kemasan

Desain kemasan permainan ini tetap mengikuti benang merah dari desain kartu dan juga desain papannya. Desain kemasannya berupa kotak dengan bahan kardus.

d. Lembar Aturan

Permainan kartu ini memiliki sistematika permainan yang cukup kompleks sehingga diperlukan panduan tentang cara bermain dan juga terkait panduan dari istilah-istilah dalam permainan

### 3.7.2 Media Sekunder

a. Poster Iklan

Poster akan ditempatkan di beberapa toko mainan, sekolah, dan tempat dimana remaja usia 15-25 tahun berada, untuk meningkatkan *awarness* dari permainan kartu ini.

b. Iklan di Media Sosial

Diperlukan juga beberapa iklan di media sosial guna meningkatkan *awarness* lewat dunia maya, baik di instagram, youtube, dan sosial media lainnya.

## 3.8 Perencanaan Biaya Kreatif

Pada perancangan permainan kartu wayang berbasis *RPG* ini, tidak bisa ditentukan biaya total dalam perancangannya, sebab akan selalu muncul tokoh karakter baru dalam setiap waktunya. Namun untuk pembuatan versi uji cobanya bisa di perkirakan beberapa biaya untuk pembuatannya yakni sebagai berikut :

Kebutuhan	Rincian	Jumlah	Biaya
Kartu	Menggunakan bahan ivory laminasi ukuran 90 x 55 mm supaya dapat di coret namun tetap dapat dihapus	10 tokoh, masing-masing 3 buah 10 pusaka, masing-masing 3 buah	Rp. 26.000,-
Papan	Menggunakan bahan kardus 440 x 380 mm dengan dilapisi ivory laminasi	1 buah	Rp. 41.000,-
Kemasan	Menggunakan kotak 220 x 190 x 50 mm berbahan kardus	1 buah	Rp. 30.000,-

	dengan dilapisi ivory laminasi		
Lembar Aturan	Menggunakan bahan kardus 440 x 380 mm dengan dilapisi ivory laminasi	1 buah	Rp. 13.000,-
Media Promosi	Berupa iklan digital maupun iklan cetak, ditempatkan dimana disitu memiliki tingkat kunjungan bagi remaja usia 15-25 tahun yang cukup tinggi	Diperlukan analisa lebih lanjut dengan pendekatan bisnis untuk menentukan jumlah media promosi yang diperlukan	<i>tentative</i>
<b>Total</b>			<b>Rp. 110.000,-</b>

Tabel 3.3 Tabel Anggaran Biaya  
[Sumber : Dokumen Pribadi]

