

Metode Desain TEA CUP untuk Merancang Board Game Edukasi dengan Sistematis

Erik Arma Yuda¹, Reven Praga Deva²

¹Visual Communication Design, Faculty of School of Design, Bina Nusantara, Malang
erik.yuda@binus.ac.id¹, reven.deva@binus.ac.id²

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 19 Februari 2026

Accepted: 2 Mei 2026

Published: 1 Juni 2026

Kata Kunci: Metode Desain Board game, Metode TEA CUP, Board game Edukasi, Permainan Papan

Keywords: Board Game Design Methods, TEA CUP, Educational Board Games, Board Games

ABSTRAK

Mendesain dan meneliti adalah dua proses yang berbeda. Terbatasnya metode desain yang komprehensif membuat akademisi di level sarjana tidak pernah lepas dari metode *design thinking* untuk mendesain segala media. Padahal setiap media memiliki tujuan dan fungsi yang berbeda sehingga membutuhkan pendekatan yang berbeda. Naskah ini mengajukan sebuah metode desain, khususnya dalam merancang board game untuk membantu para akademisi maupun praktisi sebagai pendekatan sistematis untuk kebutuhan edukasi. Metode yang digunakan dalam merumuskan metode desain ini adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan komparasi proses kreatif dari tiga kasus perancangan board game yang berbeda, penelitian multithahun, game jam, dan proses pembimbingan tugas akhir. Hasil dari pembahasan ini adalah metode TEA CUP, dengan penekanan pada proses merancang board game edukasi yaitu, menentukan nilai edukasi yang ingin dikemas, aktifitas yang relevan, dan proses kreatif untuk mengemas aktifitas tersebut dalam konteks mekanik dan tematik permainan. Harapannya metode ini dapat menjadi rujukan untuk akademisi maupun praktisi.

ABSTRACT

Design and research is a different process. The limited availability of comprehensive design methods means that undergraduate students often rely on design thinking to design all types of media. However, each medium has different objectives and functions, requiring distinct approaches. This paper proposes a design method, specifically for designing board games, to assist both academics and practitioners as a systematic approach to educational needs. This paper utilize qualitative descriptive method, involving a comparison of the creative processes from three distinct board game design cases: multi-year research, game jams, and the thesis supervision process. The result of this discussion is the TEA CUP method, with an emphasis on the process of designing educational board games, by determining the educational values to be incorporated, relevant activities, and transform those activities within the game's mechanical and thematic context. This method, expected can serve as a reference for both academics and practitioners.

How to Cite:

Yuda, E.A., Deva, R.P. (2026). Metode Desain TEA CUP untuk Merancang Board Game Edukasi dengan Sistematis. *GESTALT: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v8i1.591>



This is an open access article under the CC-BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Page:
1-16

PENDAHULUAN

Melalui tulisan ini diharapkan penulis bisa mengajukan satu pendekatan metode dalam merancang *board game* yang dikemas dalam sebuah akronim TEA CUP (*Topic, Experience, Activity, Concept, Unboxing, dan Playtest-publication*). Meredith Davis, seorang professor dari Carolina University, pernah menyampaikan dalam artikelnya yang berjudul, mengapa dibutuhkan Ph.D. dalam Desain, menyatakan bahwa, adalah bidang yang tidak dipahami dengan baik oleh publik maupun media populer yang hanya tahu desain sebagai tampilan. Ironisnya, skeptisisme terbesar tentang penelitian desain ada dalam disiplin itu sendiri, di mana ada perdebatan tentang pengetahuan desain (Davis, 2008). Kalimat itu memberikan gambaran tentang banyaknya persepsi tumpang tindih antara keilmuan desain, seni, dan kriya yang dijadikan landasan dalam pembuka buku desain informasi oleh Yuda dan Baskoro (Yuda & Baskoro, 2025). Hal yang sama terjadi juga dalam dunia akademik, khususnya di level sarjana yang sering kali rancu antara penelitian (*research*) dan perancangan (*design*). Sehingga tidak sedikit akademisi yang menggunakan metode penelitian dalam sebuah perancangan dengan menekankan pada metode penelitian, seperti yang terjadi pada perancangan *board game* edukasi terkait ADHD atau *Attention Deficit Hyperactivity Disorder* oleh Yohana Eka Putri (Putri et al., 2024), dan kuliner khas riau (Fadli et al., 2025), begitu juga yang dilakukan oleh Elank Ibnu Hapka tentang *Kato Malereang* (Hapka et al., 2025), juga Salsabila dengan perancangan board game ragam pengetahuan tradisional Minangkabau (Muliati, 2025) sehingga melewatkan proses penting dalam mentransformasikan pesan edukasi ke dalam *board game*. Padahal mendesain dan meneliti adalah dua kegiatan yang berbeda dan membutuhkan pendekatan yang berbeda. Namun hal tersebut wajar karena memang belum adanya metode desain yang relevan untuk merancang *board game* edukasi.

Di dunia akademik, Ketika metode penelitian berkembang dari kualitatif dan kuantitatif ke berbagai adaptasi yang relevan seperti komparatif, deskriptif, iteratif, dan sebagainya, metode desain masih sangat minim ditemui dalam konteks akademik. Hal ini yang membuat metode *design thinking* dari Tim Brown (Brown, 2008), dan *Design Method* dari Erick Karjaluoto (Karjaluoto, 2013) menjadi primadona yang selalu digunakan dalam landasan berfikir setiap akademisi desainer, khususnya di level sarjana dalam merancang tugas akhir. Seperti yang terjadi pada proses perancangan beberapa *board game* edukasi dalam pembelajaran Bahasa Indonesia (Hananto et al., 2024) dan

Namun sayangnya, desain memiliki medium yang sangat bervariasi, SKKNI (Kemenaker, 2016) sendiri mengkategorikan desain dalam tiga pilar, informasi, identifikasi, dan persuasi. Sementara media aplikasinya sudah sangat variatif, terutama dalam konteks pengkayaan mahasiswa akhir semester. Mulai dari yang bersifat statis seperti, infografis, poster, logo, branding, desain kemasan, ensiklopedia, buku ilustrasi, komik, hingga fotografi, sampai yang bersifat dinamis seperti, videografi, motion, animasi,

dan game digital yang mengarah pada interaksi media dan pengguna. Di mana setiap media tersebut memiliki fungsi dan tujuan yang berbeda, yang tentunya juga membutuhkan pendekatan yang berbeda dalam proses merencangkannya. Mulai dari aspek yang harus diperhatikan, target audiens, dan eksekusi yang sangat tentative.

Tulisan ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam dunia Pendidikan dan praktis dalam konteks metode desain khususnya dalam perancangan *board game* edukasi. Di mana penulis akan menggunakan metode deskriptif dan komparatif dari proses kreatif dalam mendesain board game yang pernah dilkakukan dalam tiga situasi yang berbeda, perancangan berbasis event singkat seperti game jam yang biasa dilakukan selama tiga hari, proses pendampingan perancangan board game dari mahasiswa tugas akhir, dan penelitian multi tahun, untuk merumuskan esensi proses perancangan yang relevan dan sistematis. Sehingga secara sederhana paper ini mengajukan sebuah metode desain *board game* melalui Upaya pembakuan proses kreatif yang telah dijalani oleh penulis, didukung dengan data primer dari diskusi informal dengan pelaku hingga anggota asosiasi API BGI (Asosiasi Penggiat dan Industri Board Game Indonesia) dalam konteks validasi.

Board game sebagai sebuah istilah memiliki lingkup yang luas. Secara harfiah *board game* berarti permainan papan. Namun dalam konteks global, tidak semua *board game* menggunakan papan dalam proses permainannya mengingat mekanisme permainan *board game* ada yang disebut *tile placement*, di mana papan permainan akan terbentuk seiring permainan berjalan, yang artinya, permainan itu dimulai tanpa papan, atau bahkan papan yang ditata dari kartu yang diambil. Itulah mengapa istilah *board game* digunakan bukan secara harfiah namun sebagai identifikasi dari konteks *table top games*, atau permainan yang dimainkan di atas meja. Sehingga *board game* dalam konteks ini bisa juga mencakup permainan kartu /*card game*.

Sementara itu sebuah *board game* bisa dikatakan sebagai *board game* edukasi adalah ketika ia memicu kemampuan berfikir, mengatur strategi, mengambil konsekuensi, dan mengakomodasi nilai tertentu. Sehingga Hal ini akan menjadi lingkup perumusan metode ini, bahwa metode desain yang dihasilkan dari proses penelitian ini adalah metode mendesain board game edukasi yang memicu kemampuan berfikir, bukan berdasar keberuntungan. Oleh karenanya tulisan ini sangat menekankan untuk menghilangkan aspek mekanisme keberuntungan '*push your luck*' dalam mekanisme permainan, yang berimplikasi pada rekomendasi untuk menghilangkan komponen permainan berupa dadu. Hal tersebut bukan ditujukan untuk membatasi kreatifitas, melainkan justru memicu setiap desainer untuk berfikir kritis sehingga pemain dituntut untuk menggunakan kemampuan analitis, dalam mengelola komponen dan sumber daya yang dimiliki di waktu tertentu. Bahkan Pierre Cès menekankan bahwa *board game* bisa meningkatkan kompetensi emosional pada anak usia sekolah (Cès et al., 2024). Sehingga keputusan yang diambil oleh pemain merupakan Keputusan strategis yang mengandung konsekuensi tertentu. Karena kreatifitas bukan tanpa batas, tpai justru dengan adanya batasan, kreatifitas menjadi lebih bermakna.

Dalam konteks perancangan board game sendiri, sebagai seorang praktisi dan akademisi yang telah beberapa kali membimbing calon sarjana dalam menyelesaikan tugas akhirnya, khususnya perancangan board game. Penulis merasakan sendiri kesulitan dalam mengimplementasikan proses berfikir sistematis dalam konteks perancangannya. Hal terbaik yang bisa dilakukan adalah menggunakan metode *design thinking* (tim brown) yang telah diadaptasi sesuai kebutuhan desain, atau proses iterasi. Namun sayangnya kedua pendekatan itu tidak membahas aspek pengalaman bermain, variabel mekanisme permainan

dan tematik sebagai ruh sebuah permainan, pertimbangan produksi, hingga pendekatan playtest yang relevan. Akibatnya, tidak sedikit *board game* yang didesain sulit dipahami karena tidak dilakukans ecara sistematis, atau terlalu banyak teks yang membuat permainan terasa seperti buku yang dipindahkan dalam media papan.



Secara global pendekatan terkait perancangan permainan yang berbasis pengalaman dan edukasi telah dirumuskan oleh beberapa ahli seperti, DDE akronim dari *Design Dynamic Experience* (Walk, W, et.al., 2017) yang merupakan penyempurnaan dari MDA akronim dari *Mechanic, Dynamic, Asthetic* (Hunicke, et.al., 2004) dan DPE dengan akronim *Design Play Experience*, yang merupakan pengembangan dari MDA (Winn, B. M., 2009). sehingga paper ini adalah bagian dari proposal untuk menawarkan pendekatan yang relevan, bukan untuk menyaingi, atau menggantikan, namun memperkaya khasanah keilmuan desain yang diharapkan dapat memberikan alternatif akademisi dan praktisi dalam merancang *board game* edukasi yang relevan. Sehingga secara sederhana pembeda metode yang ada dan metode ditawarkan dari paper ini adalah jika metode yang ada berisi prinsip perancangan dengan tiga kata kunci, maka metode yang dirumuskan melalui paper ini memiliki enam tahapan sistematis yang membantu akademisi untuk mengikuti tahapan secara runtut dan sistematis.

METODE PENELITIAN

Dalam proses perumusan metode ini, penulis akan menggunakan metode deskriptif komparatif, yaitu dengan membandingkan tiga proses perancangan *board game* yang telah dilakukan penulis dalam konteks yang berbeda. Dengan mendiskripsikan proses kreatifnya, lalu menuliskan tahapan sistematisnya pada setiap studi kasus, penulis akan mengevaluasi kemudian menyederhanakan proses kreatif tersebut, membakukanya dalam tahapan sistematis, kemudian mencari istilah yang relevan untuk mengemasnya dalam sebuah akronim yang mudah diingat.

Tiga kasus perancangan *board game* yang akan digunakan adalah tiga *board game* yang telah dirancang dipublikasikan baik dalam konteks komersial dan konteks publikasi akademik. Berikut ini adalah tiga *board game* yang digunakan sebagai studi kasus untuk dibedah proses kreatifnya. Variabel perbandingan yang digunakan untuk menganalisa terdiri dari 5 aspek penting *design thinking*, pencarian data (empathy), menentukan topik, tema, dan pengguna (define), melakukan proses perancangan baik visual dalam konteks tematik dan gameplay dalam konteks mekanik (ideation), pertimbangan produksi, publikasi (prototype), dan penjualan, hingga, evaluasi permainan dan produksi (test).

Tabel 1. Board game referensi (sumber; dokumen pribadi, 2023)

Nama Board game	Keterangan
	Hibah penelitian Simlitabmas skema Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUTP) 2021-2023 – dikerjakan selama 2 tahun. Dipublikasikan di ICLSSE: Proceedings of the 4th 2022 Metode yang digunakan: Metode <i>Iteratif</i>
	Tugas akhir mahasiswa Trilogi (Auddie, A.R., 2023) – dikerjakan selama 1 semester. Dipublikasikan di Junral Aksa Vol.7 No1 (2023) Metode yang digunakan: <i>Design Thinking</i>



Board game hasil kompetisi *Global Game Jam 2023* – diselesaikan dalam 3 hari.

Dipublikasikan oleh Padukaplay publisher (2024)

Metode yang digunakan: *Brainstorming*

Landasan Argumentatif Pemilihan Objek Perbandingan (Board Game)

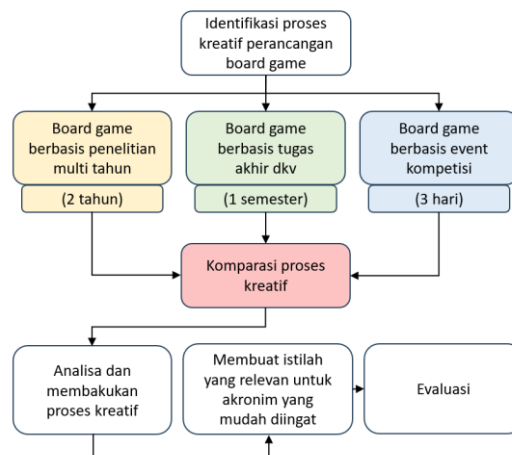
Landasan argumentasi mengapa ketiga board game tersebut dipilih adalah dengan tiga alasan argumentatif. Pertama, baik board game 'Ethnic Enclave Kota Lama' dan 'Ghost Buster' telah dipublikasikan dalam skema akademik, prosiding (Soekmono et al., 2023a) dan jurnal ilmiah (Soekmono et al., 2021), (Armayuda & Rifandi, 2023a). Sementara card game 'Kuyub' telah dipresentasikan dalam ajang Global Game Jam di Bogor pada tahun 2022, dikurasi oleh panitia, mendapatkan award 'best theme application' dan dipublikasikan secara komersial. Sehingga ketiganya telah mengalami proses kurasi dengan aspek yang objektif, prosiding, jurnal review, dan juga kurasi juri.

Landasan argumentatif ke dua adalah, ketiga game tersebut dirancang oleh orang yang sama (penulis) sehingga penulis bisa melakukan evaluasi komparasi dan merumuskan usulan yang lebih efisien sebagai gagasan metodologisnya.

Landasan argumentatif ke tiga ditujukan untuk pertanyaan, mengapa penulis tidak menggunakan board game dari perancang yang berbeda agar lebih objektif. Hal tersebut dikarenakan untuk memberikan relevansi perbandingan. Mengingat upaya merumuskan metode desain adalah proses membakukan proses kreatif. Sehingga sudut pandang akademik lebih dibutuhkan untuk mempertimbangkan aspek-aspek rasional dalam konteks pembelajaran. Sementara tidak semua board game di luar sana dirancang dengan pertimbangan yang sama. Singkatnya paper ini bisa dikategorikan sebagai studi lanjutan dari penelitian sebelumnya yang telah dipublikasikan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Adhicipta dalam bukunya "Yuk bikin board game edukasi" Mendesain board game edukasi yang menjelaskan Brathwaite dan Schreiber (2017) membagi 7 metode dalam merancang board game; 1) bluesky (menghilangkan Batasan, inovatif tapi berisiko karena tidak ada batasan variable bahkan waktu), 2) slow boil (dirancang berdasarkan tema tertentu), 3) mechanic (focus pada mekanisme permainan), 4) intellectual property (berfokus pada adaptasi intellectual property tertentu seperti Batman), 5) story (focus pada cerita /dongeng tertentu seperti kancil), dan 6) research (berdasarkan penelitian). Sedangkan ketiga board game yang dipilih sebagai studi kasus berdasarkan pendekatan, slow boil, mechanic, dan research yang mana merupakan pendekatan yang relevan dalam konteks akademis (Adhicipta Wirawan, 2023).

Sehingga argumentasi yang digunakan sebagai acuan dalam menjaga objektivitas proses perumusan metode desain ini mengingat ketiganya telah dirancang dipublikasikan baik dalam konteks komersial dan konteks publikasi akademik.

Untuk memberikan Gambaran yang komprehensif terhadap proses perumusan metode ini penulis memaparkannya dalam began alur penelitian sebagai berikut ini:



Gambar 1. Diagram Alir Tahapan Penelitian

Instrumen Analisa Proses Kreatif

Dalam konteks pembelajaran desain, khususnya desain komunikasi visual, kata komunikasi menjadi sebuah kunci dalam merumuskan ruh dari edukasi, sehingga desain yang memiliki tujuan harus memiliki objektif, dalam konteks desain board game, objektif bisa didasarkan pada dua aspek, tematik dan mekanik.

Aspek tematik dikedepankan khususnya pada proses perancangan board game dengan tema tertentu, atau dalam konteks perancangan board game edukasi, tema bisa menjadi inspirasi awal perancangan. Hal ini bisa dilihat pada event Global Game Jam yang selalu memiliki tema yang berubah-ubah setiap tahunnya. Global Game Jam adalah sebuah event tahunan yang diselenggarakan di berbagai kota di seluruh dunia sebagai ajang kompetisi dan kolaborasi antar sesama penggiat dan pengembang game. Biasanya diselenggarakan selama tiga hari dengan ketentuan bahwa dalam tiga hari itu game dengan tema yang telah ditentukan harus selesai dan diunggah di sebuah platform bernama itch.io. Dalam even tersebut peserta akan dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk memastikan distribusi komposisi antara game desainer, programmer, dan visual artis. Namun demikian even tersebut terbuka untuk gagasan game digital maupun game manual seperti table top games.

Sementara pada aspek mekanik, bisa menjadi alternatif dalam mengadaptasi satu mekanisme permainan atau aktifitas permainan dalam kemasan edukasi dengan beberapa penyesuaian. Seperti yang terjadi pada board game Ecofunopoli dan warung wars.

Dua aspek ini yang juga akan menjadi variable dalam merumuskan metode desain board game dalam tulisan ini. Lebih jauh lagi penulis akan mendeskripsikan proses kreatif dari tiga board game yang telah dipublikasikan baik secara ilmiah maupun dalam konteks industry sebagai pembandingan perancangan board game dengan waktu yang variatif.

PEMBAHASAN

Sebagaimana yang telah dijabarkan pada tahap metode, terdapat tiga tahap penting dimulai dari deksripsi proses kreatif, evaluasi efisiensi, hingga pemilihan akronim yang relevan. Penulis akan menampilkan perbandingan ketiga board game yang telah dirancang dengan menggunakan table untuk membandingkan poin-opin proses perancangan satu dan lainnya. Table akan berisi komponen keterangan board game dan indicator checklist, di




mana penulis akan mengevaluasi proses perancangan yang dilakukan selama tahap perancangan board game tersebut, sebelum tahap evaluasi. Hal ini ditujukan untuk mengidentifikasi perbedaan proses kreatif satu sama lainnya yang belum terintegrasi dalam satu pendekatan desain yang terakumulasi dari ketiga proses tersebut.

Variabel Perbandingan Proses Kreatif

Mengingat perancangan board game sangat berdekatan dengan konteks research and development, maka ketiga board game ini telah mengalami beberapa evaluasi dan penyesuaian dalam prosesnya. Untuk itulah checklist yang akan ditampilkan di sini adalah penjelasan Ketika board game tersebut sedang di rancang di dalam periode waktu yang telah ditentukan yaitu 2 tahun, 1 semester, dan 3 hari.

Penjelasan proses kreatif masing-masing board game tidak deijelaskan secara detil, mengingat penjelasan proses desain telah dijelaskan pada masing-masing publikasi, baik pada board game Ethnic Enclave Kota Lama(Soekmono et al., 2023b), Ghost Buster (Armayuda & Rifandi, 2023b), dan Kuyub.

Tabel 2. Perbandingan proses kreatif tiga *board game* berdasarkan variable *design thinking*

Proses kreatif				
Variable evaluasi (berdasarkan <i>design thinking</i>)	Aspek yang dipertimbangkan (kegiatan kunci)	Checklist		
				
Empathy	Wawancara narasumber	✓	✓	-
	Diskusi Expert	✓	-	✓
	Studi literasi	✓	✓	-
	Studi editorial	-	-	✓
Define	Tema/topik	✓	✓	✓
	Target pemain	✓	-	✓
	Poin edukasi	✓	✓	-
Ideation	Pengalaman bermain	-	✓	✓
	tematik	-	✓	✓
	mekanik	✓	✓	✓
prototype	Visualisasi aset	✓	✓	✓
	Membuat Komponen	✓	✓	✓
	Jumlah dan jenis komponen	✓	✓	✓
	Ukuran komponen	✓	✓	✓
test	Tes pasar	✓	-	✓
	Uji coba terukur (poin edukasi)	✓	-	-
	Uji coba permainan	✓	✓	✓
Tindak Lanjut	Harga produksi	✓	-	✓
	Material produksi	✓	-	✓
	Evaluasi Produksi	✓	-	✓
	Dijual di pasaran	-	-	✓

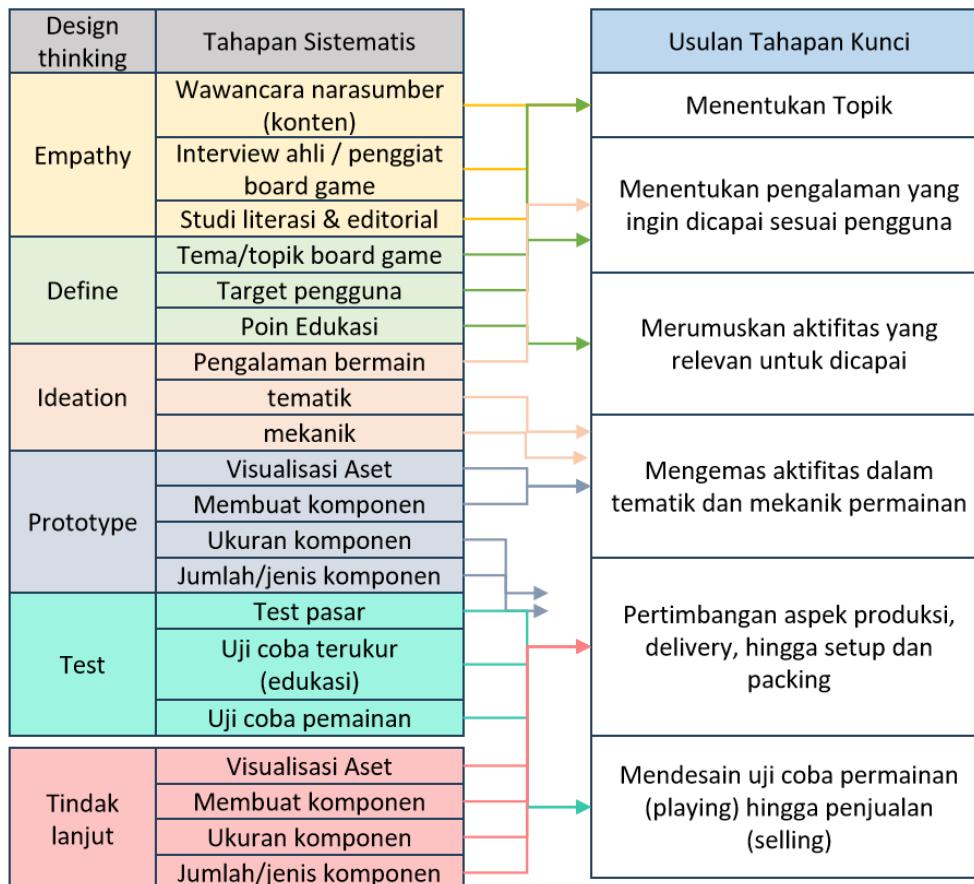
Dari table di atas dapat diketahui bahwa setiap proses desain yang didasarkan pada tahapan *design thinking* memiliki variabel yang berbeda. *Design thinking* sebagai sebuah metode dalam merancang desain perlu dibumikan dengan istilah dan kegiatan kunci yang memberikan gambaran kepada akademisi khususnya tahapan desain yang sistematis dan relevan.

Sebagai sebuah proses produksi visual dan permainan, *design thinking* bisa dijadikan acuan meski harus disesuaikan dengan kebutuhan teknis proses perancangan *board game*, di mana tidak hanya aspek tematik yang berkaitan dengan visual, ilustrasi, dan tampilan fisik, namun harus juga mencakup aspek mekanik permainan yang berorientasi pada pengalaman bermain dari Ketika *board game* itu diterima, ditata (set up), dimainkan, dikemas kembali, hingga proses produksi yang mencakup aspek material, ukuran, pengemasan, hingga buka dan kemas Kembali.

Formulasi Proses Kreatif Melalui Adaptasi Metode Desain Thinking

Melalui table perbandingan diketahui bahwa aspek yang harus dipertimbangkan dalam proses perancangan board game lebih luas dari proses tahapan yang dirumuskan pada metode *design thinking*. Untuk memisahkan alur berfikir desain secara global yang diwakili oleh metode *design thinking*, tulisan ini mengajukan satu metode sistematis yang dikemas dalam istilah yang relevan untuk konteks perancangan board game edukasi.

Tabel 3. Penyusunan sistematis



Dari table di atas dapat dilihat proses diterjemahkan dengan Bagian ini menjelaskan tentang proses analisis Dari pemaparan perbandingan proses kreatif tersebut. Dari sana peneliti menata ulang proses yang lebih relevan dan efisien dengan mengelompokkan tahapan ke dalam 5 poin kunci, yaitu:

1. Menentukan topik seperti konten edukasi yang akan diangkat.
2. Menentukan pengalaman permainan yang ingin dicapai sesuai target audiens.
3. Merumuskan aktifitas yang relevan untuk mencapai tujuan edukasi.
4. Mengemas aktifitas yang telah ditentukan dalam narasi permainan dalam konteks mekanik dan tematik.
5. Membuat pertimbangan aspek produksi, pengemasan, pengiriman, hingga set up dan Kembali dikemas.
6. Mendesain uji coba yang relevan untuk tujuan penjualan (bisnis).

dalam proses kreatif perancangan desain board game, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah mencari istilah yang relevan dalam rangka merumuskan akronim yang relevan agar mudah diingat.

Tabel 4. Penyusunan akronim

Usulan Tahapan Kunci	Alternatif istilah	Istilah terpilih	Akronim
Menentukan Topik	Topik, tema	Topic (topik)	T
Menentukan pengalaman yang ingin dicapai sesuai pengguna	Kesan, pengalaman, antusias	Experience (pengalaman)	E
Merumuskan aktifitas yang relevan untuk dicapai	Aktifitas, kegiatan, relevansi, konteks	Activity (activity)	A
Mengemas aktifitas dalam tematik dan mekanik permainan	Konsep, tema dan mekanisme, permainan	Creative (Kreatif)	C
Pertimbangan aspek produksi, delivery, hingga setup dan packing	Produksi, packing, unpack, deliver, prototipe	Unboxing (membuka kemasan)	U
Mendesain uji coba permainan (playing) hingga penjualan (selling)	Test, playtest, uji, audit, nilai, bisnis	Playtest – Publication (test dan publikasi)	P

Penjelasan Metode TEA CUP

Dari table di atas, dapat disimpulkan bahwa akronim yang digunakan sebagai penjelasan model alur kerja perancangan board game yang diusulkan adalah TEA CUP yang merupakan akronim dari Topic (topik), Experience (pengalaman bermain), Activity (aktivitas), Creative (kreatif), Unboxing (membuka kemasan), dan Playtest and publication (tes dan publikasi).

Secara komprehensif metode TEA CUP dapat dijabarkan sebagai berikut:

Topic: Pada tahap ini desainer harus fokus pada apa dan siapa. ‘Apa’, mewakili topik yang ingin diangkat dengan mendefinisikan nilai edukasi yang akan dikemas ke dalam media board game dengan membuat mind map atau daftar nilai edukasi yang akan dikemas nantinya. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi ‘apa’ pesan yang ingin disampaikan. Sementara ‘siapa’ mewakili konteks calon pengguna permainan yang dapat dirumuskan melalui user persona dengan tujuan mengidentifikasi target audiens. Output yang dihasilkan dalam fase ini adalah nilai edukasi dan user persona.

Experience: menandai pengalaman yang ingin dicapai setelah memainkan permainan tersebut. Untuk membantu desainer melihat potensi peran dan sudut pandang kreatif dalam merumuskan pengalaman yang berkesan. George Kalmpourtzis, Dalam bukunya menyampaikan bahwa Pengalaman terkait dengan apa yang kita dengar, lihat, rasakan, dan pikirkan. Lebih jauh lagi, ia berpendapat bahwa membangun pengalaman bermain adalah inti dari mendesain permainan itu sendiri (Kalmpourtzis, 2018) Tahap ini dapat dilakukan dengan mengubah sudut pandang pemain yang akan berperan menjadi sesuatu yang relevan. Misalnya pada tema hujan, desainer bisa melihat pemain sebagai petani yang menunggu hujan, walikota yang mencegah banjir, bahkan menjadi air hujan itu sendiri, tergantung nilai apa yang ingin dicapai melalui board game yang akan dirancang nantinya. Output yang dihasilkan pada fase ini adalah cerita yang dibuat untuk mendesain pengalaman dan juga moodboard (referensi gaya visual) yang disesuaikan dengan cerita dan target persona.

Activity: merupakan tahap di mana desainer telah menentukan pesan apa yang ingin disampaikan, nilai apa yang ingin dikemas, juga mengetahui karakteristik calon pemain, mengetahui pengalaman seru yang relevan untuk target calon pemain tersebut. Dengan pengetahuan itu, desainer diharapkan dapat merancang aktifitas yang relevan. Contohnya dalam topik hujan, jika desainer telah menentukan pemain akan berperan menjadi walikota yang mencegah banjir musiman, maka aktifitas yang relevan adalah, membuat sumur resapan, melakukan sidak debit air, membuat kebijakan terkait sampah, dan sejenisnya. Tidak menutup kemungkinan aktifitas yang ditentukan di sini tidak harus berupa gameplay permainan yang sudah matang. Ketika desainer telah menemukan aktifitas yang relevan, maka hal tersebut akan memudahkannya untuk mengemasnya dalam tema dan mekanisme yang relevan pada tahap berikutnya. Output yang dihasilkan pada tahap ini adalah tujuan akhir permainan (game objective) dan aktivitas pemain yang akan dituliskan dalam game instruction di rulebook.

Creative: di tahap ini desainer bisa fokus dalam mencari mekanisme relevan yang bisa diadaptasi untuk mengemas aktifitas yang telah ditentukan di atas. Selain itu untuk memberikan kemasan yang menarik dan narasi yang relevan dan mudah diingat, desainer bisa merumuskan tematik yang dramatis. Misalnya dalam tema edukasi dengan konten supply and demand dalam mata Pelajaran ekonomi, desainer tidak harus berfikir tentang pedagang di pasar. Namun bisa menggunakan aspek dramatis (tergantung calon pemainnya) seperti, permintaan dan penawaran planet antar galaxy. Tujuannya adalah untuk memberikan aspek experience melalui theater of mind yang relevan. Output yang dihasilkan pada tahap ini adalah gameplay berupa rulebook dan juga komponen item apa saja yang akan diproduksi karena sudah ditentukannya mekanisme permainan.

Unboxing: adalah tahap Dimana prototipe dirancang dengan kesadaran bahwa board game ini memiliki standar ukuran, material, dan biaya. Sehingga ini akan menjadi koridor desainer dalam menuangkan kreatifitas. Karena menyadari adanya keterbatasan produksi, dan biaya. Sehingga gagasan yang digunakan tidak akan melampaui harga produksi dan harga jual yang relevan jika board gamenya nanti dipublikasikan dan diproduksi secara massal. Output yang dihasilkan dalam tahap ini adalah Production document brief yang akan dikirimkan ke pihak produksi (biasa dalam format .pdf) untuk menjelaskan detail teknis produksi.

Playtest and Publication: adalah tahap di mana desainer mendesain sebuah instrument pengujian dengan menekankan pada nilai edukasi (pesan yang akan disampaikan di awal) yang dikemas dalam permainan, apakah sudah tersampaikan baik secara tersirat maupun tersurat kepada pemain. Output yang dihasilkan dalam fase terakhir ini adalah media promosi baik berupa media cetak maupun digital untuk bisa menjangkau audiens yang

sudah ditentukan pada fase awal (user persona)

Dari tahapan di atas, diharapkan desainer dapat mengetahui setiap aspek perancangan desain board game edukasi untuk memudahkan akademisi, khususnya dan desainer pemula, dalam mewujudkan gagasan mulianya untuk mengemas pesan edukasi dalam media yang inovatif dan menyenangkan.

KESIMPULAN

Dari proses yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak semua penelitian menghasilkan sebuah desain, sementara setiap desain harus diawali dengan sebuah penelitian. Dalam konteks desainer komunikasi visual, khususnya perancangan board game edukasi, aspek perumusan nilai edukasi menjadi penting dalam rangka menentukan pesan apa yang akan dikomunikasikan, siapa calon pengguna permainan, dan bagaimana proses pengemasan yang relevan melalui tahapan sistematis yang diusulkan oleh penulis dalam metode desain board game Bernama TEA CUP.

Gambar 2. Metode TEA CUP



Dalam metode TEA CUP terdapat 4 aspek penting yaitu proses meneliti (dalam tahap merumuskan topik dan pengalaman), proses perumusan mekanisme permainan (pada tahap perumusan pengalaman dan aktifitas relevan), menentukan tema (pada tahap mentransformasikan aktifitas ke dalam kemasan kreatif), dan pertimbangan produksi dan bisnis (dalam tahap membuka kemasan, dan uji coba lalu publikasi).

Selain itu penulis juga sangat menekankan dalam konteks perancangan board game edukasi, agar desainer tidak menggunakan dadu sebagai bagian dalam komponennya. Hal tersebut didasarkan pada tiga Alasan utama:

- Mengandalkan faktor luck (keberuntungan)
- Tidak memandang kecerdasan
- Tidak mengasah kemampuan berfikir kritis
- Tidak melatih keberanian mengambil keputusan dan menghadapi konsekuensi.
- Padahal penting untuk melatih keberanian mengambil keputusan, menerima konsekuensi dari tindakan, dan evaluasi.

Dilarang (HR. Abu Daud no. 4938 dan Ahmad 4: 394). “Barang siapa yang bermain dadu, makai a telah mendurhakai Allah dan Rasulnya”

Ke-enam alasan tersebut semoga bisa menjadi alasan objektif untuk menghindari penggunaan dadu. Selain itu dalam kesempatan ini penulis juga mengingatkan kepada desainer muslim untuk bisa menghindari penggunaan dadu dalam board game yang dirancang untuk menghindari dosa jariah. Sementara untuk saudara lain iman, mohon bisa tetap mempertimbangkan aspek halal haram komponen dadu, mengingat market pasar edukasi Indonesia masih didominasi oleh pasar muslim, agar hal tersebut tidak menjadi penghalang penerimaan pasar yang lebih luas, setelah board game selesai dirancang. Karena akan sangat disayangkan jika board game yang sangat bagus, bermanfaat, namun tidak bisa dimainkan oleh Sebagian market karena preferensi keyakinan mereka.

Penulis berharap metode ini dapat memberikan dampak dan sumbangsih terhadap bidang keilmuan desain, khususnya dalam konteks perancangan board game edukasi. Mengingat desain adalah pertanggungjawaban kepada tuhan dan manusia, sebagai penutup penulis berharap kepada pembaca untuk bisa menjadikan paper ini panduan dalam merancang media yang bermanfaat tanpa menyalahi kaidah syari'i yang mengacu pada pendapat Syaikh Sulaiman Ar Ruhaili (2020) seorang ulama Madinah sebagai kaidah yang membatasi permainan yang diperbolehkan di sebagai berikut "Hukum asal hiburan dan permainan adalah mubah / halal, kecuali yang dikecualikan. Berikut ini beberapa pengecualian tersebut:

- Pertama, yang terang-terangan diharamkan oleh dalil.
- Kedua, yang hukumnya diharamkan oleh qiyas shahih, maksudnya yang tidak memiliki dalil tegas, diqiyaskan dengan sesuatu yang memiliki dalil tegas.
- Ketiga, Terdapat unsur judinya, di mana peserta bermain secara untung-untungan untuk meraih sejumlah keuntungan materi. Ia ikut mengundi nasib dengan membayar sedikit, untuk meraih keuntungan yang besar.
- Keempat, yang dapat menghalangi dari kewajiban, menghalangi dari dzikir yang wajib (seperti permainan yang menghalangi kita untuk sholat berjamaah di masjid).
- Kelima, yang menimbulkan permusuhan dan kebencian antar pemain, yang membuat para pemain saling mencela dan mengumpat ketika memainkannya, yang berpotensi memunculkan permusuhan, kebencian, dan upaya saling membalas dendam.

Dengan demikian, penulis berlepas diri jika pembaca menggunakan metode ini untuk merancang media yang bertentangan dengan kaidah yang telah disampaikan, sebagaimana niat awal penulisan adalah untuk memudahkan pembelajaran dan desainer untuk merancang media pembelajaran yang lebih efektif, dan menyenangkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Roostriana, S. sebagai ketua peneliti yang telah melibatkan saya dalam penelitian multi tahun board game multi kultural Ethnic Enclave Kota Lama. Auddie, A.R. mahasiswa bimbingan yang menjadi bagian dalam proses perancangan board game Ghost Buster. Mas Ihsan dan Amel yang telah membantu merumuskan gagasan board game Kuyub. Mas Hafidz dan Alvikha dari publisher board game Paduka play, Pak Febndy, dan Mas Glaih dari Arcanum, Mas Arief dan Mas Istivano. Lets Play.Id, rekan-rekan Kumara dan rekan-rekan APIBGI (Asosiasi Penggiat Industri Board Game Indonesia).

KEPUSTAKAAN

- Adhicipta Wirawan. (2023). *Yuk Bikin Board Game Edukasi* (C. Hendrawardhana, Ed.; 3rd ed.). Mekanima Ispira Nagara.
- Armayuda, E., & Rifandi, A. A. (2023). PERANCANGAN BOARDGAME LEGENDA URBAN JAKARTA SEBAGAI MEDIA EDUKASI KLENIK DAN MITOS. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1), 81–100.
- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84.
- Cès, P., Duflos, M., Tricard, E., Jhean-Larose, S., & Giraudeau, C. (2024). Playing board games to increase emotional competencies in school-age children and older people: A systematic review. *Leisure Sciences*, 1–24.
- Davis, M. (2008). Why do we need doctoral study in design? *International Journal of Design*, 2(3).
- Fadli, M., Muliati, R., & Erwin, M. S. (2025). Perancangan Board Game Sebagai Media Edukasi Pengenalan Kuliner Khas Riau Untuk Anak-anak. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(2), 212–218.
- Hananto, B. A., Calista, H., & Suwandi, C. (2024). Pendekatan desain partisipatoris dalam perancangan board game sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia. *Jurnal Strategi Desain Dan Inovasi Sosial*, 5(2), 175–191.
- Hapka, E. I., Ditto, A., & Utami, M. B. (2025). Perancangan Board Game Sebagai Media Edukasi Tentang Kato Malereang. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(4), 65–73.
- Hunicke, R., LeBlanc, M., & Zubek, R. (2004, July). MDA: A formal approach to game design and game research. In *Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI* (Vol. 4, No. 1, p. 1722).
- Kalmpourtzis, G. (2018). *Educational Game Design Fundamentals: A journey to creating intrinsically motivating learning experiences*. AK Peters/CRC Press.
- Karjaluoto, E. (2013). *The design method: A philosophy and process for functional visual communication*. New Riders.
- Kemenaker. (2016). *Kepmen Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 301 Tahun 2016, tentang penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) kategori aktivitas profesional, ilmiah dan teknis lainnya bidang Desain Grafis dan Komunikasi Visual*. . In Jakarta : Kementerian Ketenaga Kerjaan Republik Indonesia,. Jakarta : Kementerian Ketenaga Kerjaan Republik Indonesia,.
- Muliati, R. (2025). Perancangan Board Game Ragam Pengetahuan Tradisional Minangkabau Di Kota Padangpanjang. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(8), 136–146.
- Putri, Y. E., Prasida, T. A. S., & Prestiliano, J. (2024). Perancangan Board Game Sebagai Media Deteksi Dini Gejala ADHD pada Anak Usia 10-12 Tahun. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 24(2), 81–88.

- Soekmono, R., Armayuda, E., & Risina, D. F. (2021). Pengembangan Media Boardgame Multikultural AUD Ethnic Enclave Kota Lama melalui Desain Iteratif. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(3), 1938–1954.
- Soekmono, R., Risina, D. F., & Armayuda, E. (2023). Fostering Diversity Awareness of Early Childhood through Multicultural Board Game Ethnic Enclave Kota Lama, Semarang, Indonesia. *ICLSSE 2022: Proceedings of the 4th International Conference on Law, Social Sciences, and Education, ICLSSE 2022, 28 October 2022, Singaraja, Bali, Indonesia*, 109.
- Walk, W., Görlich, D., & Barrett, M. (2017). Design, dynamics, experience (DDE): an advancement of the MDA framework for game design. In *Game dynamics: Best practices in procedural and dynamic game content generation* (pp. 27-45). Cham: Springer International Publishing.
- Winn, B. M. (2009). The design, play, and experience framework. In *Handbook of research on effective electronic gaming in education* (pp. 1010-1024). IGI Global Scientific Publishing.
- Yuda, E. A., & Baskoro, L. (2025). *Desain Informasi Edisi Revisi*. Deepublish.

LAMPIRAN

lampiran 1. Canvas Desain Board Game Edukasi: TEA CUP

CANVAS Formulir Aplikasi Metode Desain Board Game Edukasi: TEA CUP

Tema besar edukasi :
 Nama board game :

Mohon isi dengan kalimat sederhana (upayakan tidak lebih dari 3 kalimat)

TEA		
TOPIC (Topik)	EXPERIENCE (Pengalaman)	ACTIVITY (Aktifitas)
WHAT: Apa nilai edukasi yang ingin disampaikan. (buat daftar 5 point nilai edukasi utama)	Buat beberapa kata kunci yang diharapkan bisa dirasakan oleh para pemain nantinya ----- Missal, ketegangan dikejar zombi atau detektif yang penasaran	Buat daftar aktifitas yang relevan untuk memupuk/membantu menyampaikan nilai edukasi. ----- Missal dalam edukasi gempa aktifitas yang relevan adalah berlari ke titik aman
WHO: Siapa calon pengguna media / calon pemain board game yang akan dirancang		
OUTPUT: NILAI EDUKASI + USER PERSONA	OUTPUT: MOODBOARD + STORY (LORE)	OUTPUT: GAME OBJECTIVE & PLAYER (ACTION)
CUP		
CREATIVE (kreatif)	UNBOXING (membuka kemasan)	PLAYTEST & PUBLICATION (tes pasar dan peluncuran)
MEKANIK: Berkaca dari aktifitas yang relevan, Desainer bisa mengemasnya ke dalam mekanisme atau mengadaptasi mekanik yang sesuai untuk mengemas aktifitas	Melakukan pertimbangan produksi, pengemasan, dan persiapan permainan hingga kembali dikemas dengan memperhatikan aspek: material, ukuran, jumlah komponen, dan kemasan.	Mendesain uji coba yang relevan untuk melihat apakah nilai edukasi telah termuat dalam <i>board game</i> .
TEMATIK: Merumuskan tema yang relevan. Tema bisa dicari dengan cara merubah sudut pandang. Missal dalam edukasi hujan, pemain bisa menjadi air, petani yang menunggu hujan, atau walikota yang mencegah banjir		Mendesain media publikasi baik digital maupun cetak, serta strategi <u>marketing</u> untuk menjangkau <u>audiens</u> sesuai persona
OUTPUT: GAMEPLAY (RULEBOOK) + COMPONENT (ITEM)	OUTPUT: PRODUCTION DOCUMENT BRIEF	OUTPUT: PROMOTION MEDIA

Halaman ini sengaja dikosongkan