

PERANCANGAN TRADING CARD GAME BERTEMA KARAKTER MITOLOGI JAWA UNTUK USIA 18-24 TAHUN

Muhammad Rafli Firmansyah¹, Muh Ariffudin Islam²

¹Universitas Negeri Surabaya

²Universitas Negeri Surabaya

email: ¹raflifirmansyah458@gmail.com

email: ²muhariffudin@unesa.ac.id

Received:

21-07-2026

Reviewed:

21-07-2026

Accepted:

21-07-2026

ABSTRAK: Mitologi Jawa merupakan warisan budaya Indonesia yang mengandung nilai filosofis, moral, dan kosmologis, tetapi semakin kurang dikenal oleh generasi muda akibat dominasi budaya populer. Di sisi lain, *Trading Card Game* (TCG) berpotensi menjadi media pengenalan budaya melalui perpaduan visual, narasi, dan mekanika permainan. Penelitian ini bertujuan merancang TCG *Jiwaloka* sebagai media hiburan sekaligus media pengenalan kembali mitologi Jawa bagi usia 18–24 tahun. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* yang meliputi tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi literatur, dokumentasi, dan analisis penelitian terdahulu. Hasil perancangan berupa *Jiwaloka* TCG yang mengadaptasi karakter mitologi Jawa ke dalam ilustrasi, sistem *ability* dan *skill*, mekanik *Stance* (*Stance Agni* dan *Stance Tapa*), serta pengelompokan karakter berdasarkan Jagad Suralaya, Jagad Madyapada, dan Jagad Patala. Produk memperoleh hasil validasi ahli media sebesar 90%, validasi ahli materi 93,5%, dan uji kelayakan audiens 88,6%, sehingga dinyatakan sangat layak sebagai media hiburan sekaligus media pengenalan mitologi Jawa.

Kata Kunci: *Trading Card Game*, mitologi Jawa, *Design Thinking*

ABSTRACT: Javanese mythology is an Indonesian cultural heritage containing philosophical, moral, and cosmological values, yet it has become increasingly unfamiliar to younger generations due to the dominance of popular culture. This study aims to design *Jiwaloka*, a *Trading Card Game* (TCG) as both an entertainment medium and a means of reintroducing

Javanese mythology to audiences aged 18–24 years. The study employed the Design Thinking method, consisting of the Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test stages. Data were collected through observation, literature review, documentation, and analysis of previous studies. The resulting design incorporates Javanese mythological characters into illustrations, ability and skill systems, the Stance mechanic (Laku Agni and Laku Tapa), and character classification based on Jagad Suralaya, Jagad Madyapada, and Jagad Patala. The product achieved media validation of 90%, material validation of 93.5%, and audience feasibility testing of 88.6%, indicating that it is highly feasible as an entertainment medium while promoting Javanese mythology.

Keywords: Trading Card Game, Javanese mythology, Design Thinking

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki keberagaman budaya yang tercermin melalui berbagai suku, bahasa, tradisi, serta mitologi yang diwariskan secara turun-temurun sebagai bagian dari identitas masyarakat (Mahdayeni et al., 2019). Salah satu warisan budaya tersebut adalah mitologi Jawa yang memuat kisah mengenai dewa, makhluk mitologi, serta berbagai nilai moral, filosofis, dan kosmologis yang berkembang dalam kehidupan masyarakat Jawa (Lestari & Utami, 2024). Namun, perkembangan budaya populer global menyebabkan eksistensi mitologi lokal semakin berkurang di kalangan generasi muda. Kondisi ini ditunjukkan dengan dominasi adaptasi mitologi asing dalam berbagai media hiburan, seperti film, gim, komik, maupun animasi, sehingga budaya lokal cenderung kurang dikenal dibandingkan budaya dari negara lain (Ferdiansyah, 2025).

Pemanfaatan media hiburan menjadi salah satu pendekatan yang dinilai efektif dalam memperkenalkan kembali budaya kepada masyarakat. Alvin dan Pangaribuan (2023) menyatakan bahwa pengenalan budaya melalui media yang sesuai dengan karakteristik generasi muda dapat meningkatkan ketertarikan sekaligus memperkuat apresiasi terhadap warisan budaya. Negara seperti Jepang juga menunjukkan keberhasilan dalam mengangkat unsur budaya dan mitologi lokal melalui media hiburan sehingga mampu dikenal secara luas oleh masyarakat internasional (Ferdiansyah, 2025). Oleh karena itu, pengembangan media hiburan berbasis budaya menjadi salah satu peluang untuk memperkenalkan kembali mitologi Jawa dalam bentuk yang lebih relevan dengan perkembangan zaman.

Salah satu media yang memiliki potensi tersebut adalah *Trading Card Game* (TCG). TCG merupakan permainan kartu strategi yang menggabungkan ilustrasi, narasi, koleksi, dan mekanika permainan sehingga mampu menciptakan pengalaman bermain yang interaktif serta mendorong pengambilan keputusan secara strategis melalui interaksi antareleman permainan (Adams, 2014; Salen & Zimmerman, 2004).. Selain sebagai media hiburan, TCG memungkinkan informasi disampaikan melalui representasi visual, deskripsi karakter, maupun mekanika permainan yang dimiliki setiap kartu. Berdasarkan penelitian terhadap komunitas *Trading Card Game* di wilayah Jabodetabek, kelompok usia 18–24 tahun menempati posisi kedua sebagai pemain dan kolektor aktif dengan persentase sebesar 42,4% (Aryadi & Lingga, 2024). Kelompok usia tersebut dipilih sebagai target audiens karena memiliki minat yang tinggi terhadap permainan kartu strategi sekaligus berada pada fase yang relatif mudah menerima informasi melalui media visual dan interaktif.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengembangkan TCG dengan mengangkat tema budaya Indonesia, di antaranya wayang (Pratama & Zpalanzani, 2017), karakter superhero Indonesia (Gunawan & Wicandra, 2019), Mahabharata (Hidayat, 2021), senjata tradisional Minangkabau (Hanum & Ariesta, 2024), serta Kerajaan Majapahit (Ferdiansyah, 2025). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa TCG memiliki potensi sebagai media pengenalan budaya melalui ilustrasi, narasi, maupun informasi yang terkandung di dalam kartu. Namun, berdasarkan kajian yang dilakukan, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengangkat karakter mitologi Jawa sebagai tema utama serta mengintegrasikan sifat, peran, dan kisah asli setiap tokoh ke dalam mekanika permainan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini merancang *Trading Card Game* Jiwaloka sebagai media hiburan sekaligus media pengenalan budaya yang mengadaptasi karakter mitologi Jawa ke dalam ilustrasi, *ability*, *skill*, dan mekanika permainan. Kebaruan penelitian terletak pada penerapan mekanika *Stance* (*Stance Agni* dan *Stance Tapa*) serta pengelompokan karakter berdasarkan konsep kosmologi Jawa, yaitu Jagad Suralaya, Jagad Madyapada, dan Jagad Patala. Dengan demikian, unsur budaya tidak hanya dihadirkan sebagai identitas visual, tetapi juga diimplementasikan ke dalam pengalaman bermain melalui sistem permainan yang dikembangkan.

Penelitian ini menggunakan metode Design Thinking model Stanford Institute of Design (d.school) yang terdiri atas tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Plattner et al., 2010). Metode tersebut dipilih karena berorientasi pada kebutuhan pengguna dan mendukung proses perancangan secara iteratif hingga menghasilkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan target audiens. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan merancang TCG Jiwaloka sebagai media hiburan sekaligus media pengenalan mitologi Jawa bagi dewasa muda usia 18-24 tahun.

METODE PERANCANGAN

Penelitian ini merupakan penelitian perancangan (*research by design*) yang menggunakan metode Design Thinking model Stanford Institute of Design (d.school) sebagai pendekatan dalam mengembangkan *Trading Card Game* (TCG) bertema karakter mitologi Jawa. Metode ini dipilih karena berorientasi pada pengguna (*human-centered design*) serta memungkinkan proses pengembangan produk dilakukan secara iteratif melalui lima tahapan, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Plattner et al., 2010; Brown, 2009).



Gambar 1 Tahapan Design Thinking (Sumber: Firmansyah, 2026)

Objek penelitian berupa perancangan *Trading Card Game* Jiwaloka yang mengangkat karakter mitologi Jawa sebagai media hiburan sekaligus media pengenalan budaya. Ruang lingkup perancangan meliputi pengembangan karakter, mekanika permainan, identitas visual, serta media pendukung seperti token, *playing mat*, buku aturan, dan kemasan. Sasaran penelitian adalah dewasa muda berusia 18-24 tahun, yang ditentukan berdasarkan hasil penelitian Aryadi dan Lingga (2024) mengenai distribusi usia pemain dan kolektor aktif *Trading Card Game* di wilayah Jabodetabek. Proses penelitian

dilaksanakan di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Surabaya selama penyusunan tugas akhir.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi literatur, dan dokumentasi. Observasi difokuskan pada perkembangan permainan TCG, preferensi target audiens terhadap mitologi lokal, serta tren permainan kartu melalui media digital dan komunitas TCG. Studi literatur digunakan untuk memperoleh landasan teoritis mengenai mitologi Jawa, *Trading Card Game*, *game mechanics*, komunikasi visual, serta penelitian terdahulu yang relevan. Dokumentasi dilakukan terhadap referensi visual karakter, proses pengembangan desain, dan hasil implementasi media selama proses perancangan.

Penerapan metode *Design Thinking* diawali dengan tahap *Empathize* untuk mengidentifikasi karakteristik target audiens, potensi TCG sebagai media pengenalan budaya, serta peluang pengangkatan mitologi Jawa sebagai tema permainan. Tahap *Define* digunakan untuk merumuskan permasalahan dan kebutuhan pengguna berdasarkan hasil observasi dan studi literatur. Selanjutnya, pada tahap *Ideate* disusun konsep permainan yang meliputi pemilihan karakter, penyusunan mekanika permainan, identitas visual, ilustrasi, tata letak kartu, serta media pendukung. Konsep tersebut kemudian diwujudkan pada tahap *Prototype* melalui pembuatan ilustrasi karakter, kartu permainan, token, *playing mat*, buku aturan, kemasan, dan berbagai media pendukung lainnya hingga menghasilkan purwarupa yang siap diuji. Tahap Test dilakukan melalui validasi ahli media, validasi ahli materi, serta uji kelayakan kepada lima responden yang terdiri atas dua pemain TCG, dua praktisi desain, dan satu masyarakat umum. Hasil validasi dan uji coba dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan persentase untuk menentukan tingkat kelayakan produk.

KERANGKA TEORETIK

a. Mitologi Jawa

Mitologi Jawa merupakan bagian dari warisan budaya Indonesia yang berkembang melalui tradisi lisan, karya sastra, maupun pertunjukan tradisional. Mitologi tidak hanya menceritakan tokoh-tokoh supranatural, tetapi juga merepresentasikan nilai moral, filosofi hidup, serta pandangan kosmologis masyarakat Jawa (Koentjaraningrat, 2009; Lestari & Utami, 2024). Salah satu konsep penting dalam kosmologi Jawa adalah pembagian alam menjadi Jagad Suralaya, Jagad Madyapada, dan Jagad Patala, yang menggambarkan kedudukan dan peran berbagai makhluk dalam tatanan semesta. Konsep tersebut menjadi landasan dalam pengelompokan karakter pada perancangan Jiwaloka sehingga setiap karakter memiliki representasi yang selaras dengan latar mitologinya.

b. Trading Card Game sebagai Media Pengenalan Budaya

Trading Card Game (TCG) merupakan permainan kartu strategi yang menggabungkan unsur koleksi, penyusunan dek, serta pengambilan keputusan berdasarkan seperangkat aturan permainan (Adams, 2014; Salen & Zimmerman, 2004). Karakteristik tersebut memungkinkan setiap kartu memiliki identitas, fungsi, dan kemampuan yang saling berinteraksi sehingga menciptakan pengalaman bermain yang strategis. Selain sebagai media hiburan, TCG juga berpotensi menjadi media penyampaian informasi karena mengintegrasikan elemen visual, narasi, dan mekanika permainan ke dalam satu sistem yang dapat meningkatkan keterlibatan pemain terhadap materi yang disampaikan (Pratama & Zpalanzani, 2017; Hanum & Ariesta, 2024).

c. Mekanika Permainan *Trading Card Game*

Mekanika permainan (*game mechanics*) merupakan seperangkat aturan, sistem, dan interaksi yang mengatur jalannya permainan serta membentuk pengalaman bermain pemain (Adams, 2014). Dalam TCG, mekanika permainan meliputi pengelolaan sumber daya, penggunaan kartu, sistem serangan, kemampuan karakter, serta kondisi kemenangan yang saling berhubungan sehingga menghasilkan keputusan strategis selama permainan berlangsung. Menurut Fullerton (2018), mekanika yang baik tidak hanya menciptakan keseimbangan permainan (*game balancing*), tetapi juga membangun pengalaman bermain yang bermakna (*meaningful play*) melalui hubungan yang konsisten antara tujuan, aturan, dan tindakan pemain. Pendapat tersebut sejalan dengan Schell (2020) yang menyatakan bahwa keberhasilan sebuah permainan ditentukan oleh keterpaduan antara mekanika, tujuan, interaksi, dan pengalaman yang dirasakan pemain. Oleh karena itu, mekanika permainan menjadi aspek utama dalam membangun identitas sebuah TCG sekaligus membedakannya dari permainan sejenis.

d. Adaptasi Mitologi ke dalam Mekanika Permainan

Adaptasi budaya dalam permainan merupakan proses mentransformasikan unsur budaya ke dalam elemen permainan sehingga budaya tidak hanya ditampilkan sebagai representasi visual, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman bermain (Fullerton, 2018). Selain sebagai media hiburan, permainan juga dapat berperan sebagai media penyampaian nilai budaya karena interaksi pemain dengan aturan permainan mampu membangun pemahaman terhadap makna yang terkandung di dalamnya (Huizinga, 1949; Fullerton, 2018). Penerapan konsep tersebut dapat dilakukan melalui pengembangan karakter, narasi, aturan, maupun mekanika permainan yang merepresentasikan nilai dan karakteristik budaya yang diangkat. Dalam penelitian ini, adaptasi dilakukan dengan menjadikan sifat, peran, dan kisah asli setiap tokoh mitologi Jawa sebagai dasar dalam penyusunan *ability*, *skill*, serta mekanika *Stance* (*Stance Agni* dan *Stance Tapa*). Selain itu, karakter dikelompokkan berdasarkan konsep kosmologi Jawa sehingga terdapat keterkaitan yang konsisten antara latar mitologi, representasi visual, dan fungsi karakter dalam permainan. Pendekatan tersebut menjadi dasar konseptual dalam menghasilkan TCG yang tidak hanya mengangkat budaya sebagai tema, tetapi juga mengintegrasikan nilai budaya ke dalam pengalaman bermain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. *Empathize*

Tahap *Empathize* dilakukan melalui observasi, studi literatur, dan analisis penelitian terdahulu untuk mengidentifikasi potensi *Trading Card Game* (TCG) sebagai media pengenalan budaya. Hasil observasi menunjukkan bahwa mitologi Jawa masih kurang dikenal oleh generasi muda dibandingkan mitologi luar negeri yang lebih sering diadaptasi ke dalam media hiburan modern. Di sisi lain, TCG mengalami peningkatan popularitas dalam beberapa tahun terakhir. Hasil observasi dan studi literatur menunjukkan bahwa kelompok usia 18–24 tahun merupakan salah satu kelompok pemain dan kolektor aktif *Trading Card Game* di wilayah Jabodetabek (Aryadi & Lingga, 2024), sehingga dipilih sebagai target audiens penelitian. Kajian terhadap penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa meskipun telah terdapat berbagai perancangan TCG bertema budaya Indonesia, belum

ditemukan TCG yang secara khusus mengangkat karakter mitologi Jawa sekaligus mengintegrasikan karakteristik dan kisah asli tokoh ke dalam mekanika permainan. Temuan tersebut menjadi dasar dalam menentukan arah perancangan Jiwaloka sebagai media hiburan yang menggabungkan unsur budaya, visual, dan strategi permainan.

b. Define

Tahap *Define* dilakukan dengan merumuskan permasalahan dan kebutuhan pengguna berdasarkan hasil observasi pada tahap sebelumnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa kelompok usia 18–24 tahun merupakan salah satu kelompok pemain dan kolektor TCG terbesar, sehingga memiliki potensi sebagai target audiens. Namun, generasi muda masih lebih mengenal mitologi luar negeri melalui adaptasi budaya populer seperti film, gim, dan media digital dibandingkan mitologi lokal. Selain itu, kajian penelitian terdahulu menunjukkan belum adanya TCG yang secara khusus mengangkat karakter mitologi Jawa sebagai tema utama serta mengintegrasikan kisah dan karakteristik tokohnya ke dalam mekanika permainan. Berdasarkan temuan tersebut, dirumuskan kebutuhan akan sebuah media hiburan yang tidak hanya memperkenalkan mitologi Jawa melalui visual, tetapi juga menyajikannya dalam bentuk permainan kartu yang memiliki mekanika strategis, menarik, dan mampu merepresentasikan nilai budaya secara lebih interaktif.

c. Ideate

1. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif perancangan Jiwaloka adalah menghasilkan TCG bertema karakter mitologi Jawa sebagai media hiburan interaktif yang mampu memperkenalkan kembali mitologi Jawa kepada dewasa muda usia 18–24 tahun. Berdasarkan hasil tahap *Empathize* dan *Define*, konsep permainan dikembangkan dengan mengadaptasi sifat, peran, dan kisah asli setiap karakter ke dalam ilustrasi, *ability*, *skill*, serta mekanika permainan sehingga setiap tokoh memiliki identitas visual dan fungsi yang berbeda. Selain itu, karakter dikelompokkan berdasarkan konsep kosmologi Jawa, yaitu Jagad Suralaya, Jagad Madyapada, dan Jagad Patala, untuk membangun hubungan antarkarakter sekaligus memperkuat identitas dan pengalaman bermain yang lebih tematik, strategis, dan berbasis budaya.

2. Strategi Kreatif

a) Target Audiens

Target audiens perancangan Jiwaloka adalah dewasa muda berusia 18–24 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, yang memiliki minat terhadap TCG, permainan strategi, ilustrasi fantasi, serta budaya populer. Kelompok usia ini dipilih berdasarkan hasil survei komunitas TCG Jakarta tahun 2024 yang menunjukkan bahwa usia 18–24 tahun merupakan salah satu kelompok pemain dan kolektor aktif terbesar. Permainan dirancang agar dapat dimainkan oleh masyarakat Indonesia tanpa memerlukan pengetahuan awal mengenai mitologi Jawa. Dari sisi perilaku, target audiens cenderung menyukai permainan dengan mekanika yang mudah dipelajari namun memiliki kedalaman strategi, karakter yang unik, serta visual yang menarik. Oleh karena itu, Jiwaloka menggabungkan ilustrasi bertema mitologi Jawa, sistem permainan yang kompetitif, serta mekanika berbasis *ability*, *skill*, dan *Stance* untuk menciptakan pengalaman bermain yang variatif sekaligus memperkenalkan budaya secara lebih alami.

b) Konsep Verbal

Konsep verbal Jiwaloka dibangun melalui penentuan nama permainan, gaya bahasa, pengelompokan karakter, dan mekanika permainan. Nama Jiwaloka, yang berasal dari bahasa Sanskerta jiwa dan loka, dipilih untuk merepresentasikan dunia tempat bertemunya berbagai karakter mitologi Jawa dari Jagad Suralaya, Jagad Madyapada, dan Jagad Patala. Permainan menggunakan bahasa Indonesia yang komunikatif dengan istilah yang umum digunakan pada *Trading Card Game* modern agar mudah dipahami pemain. Seluruh karakter dikelompokkan berdasarkan konsep kosmologi Jawa dan dikembangkan dengan mengadaptasi sifat, peran, serta kisah aslinya ke dalam ilustrasi, *ability*, dan *skill*. Selain itu, Jiwaloka menghadirkan mekanika utama berupa *Stance* (*Stance Agni* dan *Stance Tapa*) yang menjadi identitas permainan sekaligus memberikan variasi strategi selama permainan berlangsung.

c) Konsep Visual

Konsep visual Jiwaloka dikembangkan dengan mengadaptasi karakteristik mitologi Jawa ke dalam ilustrasi, identitas visual, dan elemen antarmuka permainan. Seluruh karakter dikelompokkan berdasarkan konsep kosmologi Jawa, yaitu Jagad Suralaya, Jagad Madyapada, dan Jagad Patala, yang menjadi dasar dalam perancangan karakter, hubungan antarkartu, serta mekanika permainan. Identitas visual diperkuat melalui penggunaan ilustrasi bergaya fantasi, ornamen yang terinspirasi dari budaya Jawa, ikonografi permainan, serta desain kartu yang konsisten. Palet warna didominasi emas, merah marun, hijau zamrud, biru tua, dan hitam untuk merepresentasikan kesan megah dan klasik, sedangkan tipografi menggunakan kombinasi Aosta sebagai *display typeface* dan Uni Neue sebagai *body typeface* guna menciptakan keseimbangan antara karakter visual dan keterbacaan informasi pada kartu.



Gambar 2. Ilustrasi Sang Hyang Tunggal (Sumber: Firmansyah, 2026).



Gambar 4. Design Token Status Kondisi, Koin, Poin, Energi, dan Stance (Sumber: Firmansyah, 2026).



Gambar 5. Design Aturan Permainan & Playmat (Sumber: Firmansyah, 2026).

d. Prototype

Tahap *thumbnail* merupakan proses eksplorasi awal untuk menentukan konsep visual Jiwaloka sebelum memasuki tahap digitalisasi. Pada tahap ini dibuat berbagai sketsa sederhana yang meliputi komposisi tata letak kartu, penempatan ilustrasi karakter, area informasi permainan, serta elemen visual seperti *border*, logo, dan ikonografi. Beberapa alternatif desain kemudian dibandingkan untuk memperoleh tata letak yang memiliki hierarki visual yang jelas, keterbacaan informasi yang baik, serta mampu mempertahankan identitas visual permainan. Hasil tahap *thumbnail* menjadi acuan dalam proses pengembangan desain digital pada tahap selanjutnya.

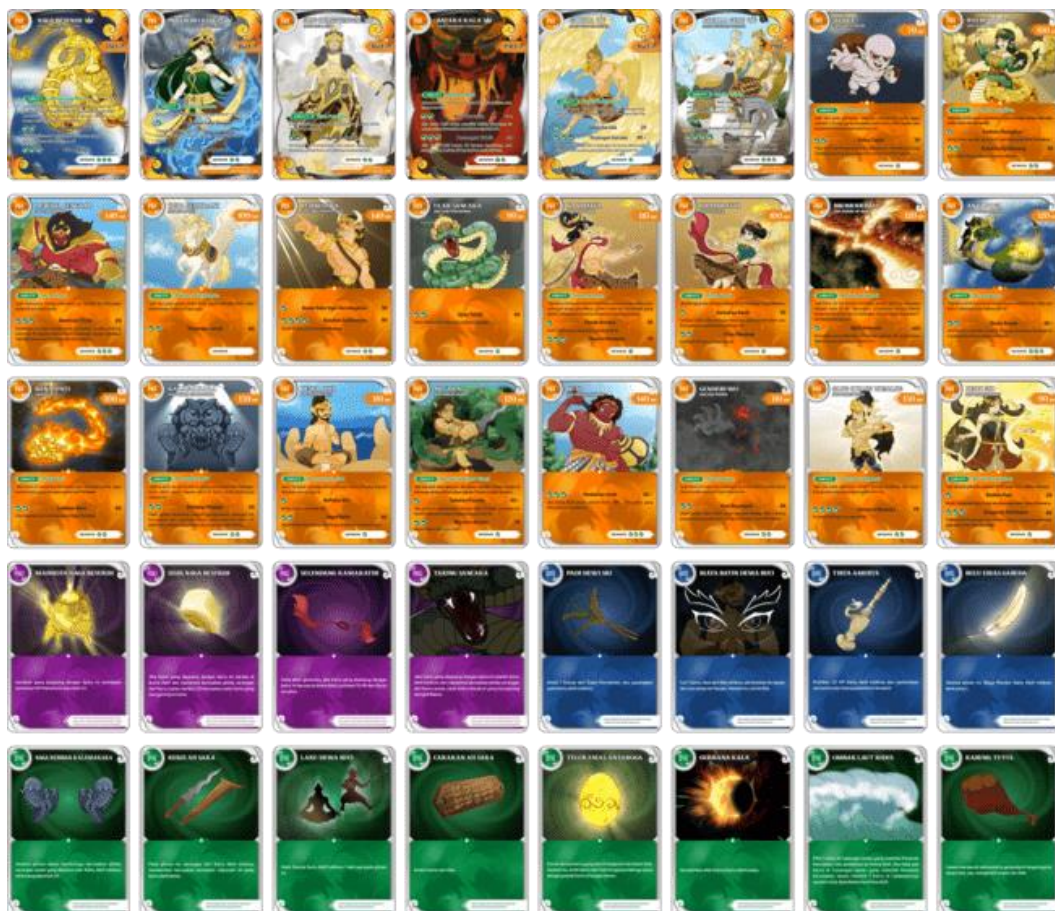


Gambar 6. Thumbnail & Sketsa 24 Karakter Jiwaloka TCG (Sumber: Firmansyah, 2026).



Gambar 7. Thumbnail & Sketsa Logo, Border, dan Token Jiwaloka TCG (Sumber: Firmansyah, 2026).

Tahap *tight tissue* merupakan proses penyempurnaan hasil thumbnail menjadi rancangan visual yang lebih terstruktur sebelum memasuki desain final. Pada tahap ini dilakukan digitalisasi ilustrasi karakter, penyempurnaan *border*, latar belakang, ikonografi, tipografi, serta tata letak informasi permainan sehingga seluruh elemen memiliki komposisi yang seimbang dan mudah dibaca. Proses ilustrasi dikerjakan menggunakan ibisPaint X, sedangkan penyusunan desain kartu beserta elemen grafis dilakukan menggunakan CorelDRAW. Tahap ini bertujuan memastikan konsistensi identitas visual, keterbacaan informasi, dan kesesuaian setiap komponen dengan konsep permainan sebelum diproduksi menjadi prototipe.



Gambar 8. *Tight tissue* dan Hasil Desain Kartu (Sumber: Firmansyah, 2026).

Media utama yang dihasilkan berupa TCG Jiwaloka dalam bentuk produk fisik yang telah melalui proses perancangan, validasi, dan penyempurnaan. Produk memperoleh masukan dari validasi ahli media dan ahli materi serta melalui beberapa tahap *trial and error* pada proses pencetakan untuk mengoptimalkan kualitas warna, keterbacaan, material, dan fungsionalitas komponen permainan.



Gambar 9. Hasil Cetak Berbagai Jenis Token dan Aturan Permainan (Sumber: Firmansyah, 2026).



Gambar 10. Hasil Cetak Kartu dan Playmat (Sumber: Firmansyah, 2026).

Media pendukung dirancang untuk melengkapi media utama sekaligus memperkuat identitas visual Jiwaloka. Media yang dihasilkan meliputi *playing mat*, token permainan, buku aturan, buku kisah karakter, *binder*, *lanyard*, *sticker pack*, *keychain*, *card display*, *standee*, *drawstring bag*, dan kaos. Seluruh media dikembangkan dengan menerapkan konsep visual yang konsisten sehingga tidak hanya mendukung pengalaman bermain, tetapi juga berfungsi sebagai sarana promosi dan pengenalan Jiwaloka kepada target audiens.



Gambar 11. Hasil Cetak Media Pendukung (Sumber: Firmansyah, 2026).

Tahap validasi media dilakukan oleh Hasna Wafiroh Umami N., S.Ds., yang memiliki kompetensi sebagai *Visual Designer & Product Specialist*. Proses validasi bertujuan untuk menilai kelayakan media dari aspek visual, tata letak, keterbacaan informasi, konsistensi desain, serta kesesuaian elemen permainan dengan konsep yang telah dirancang. Berdasarkan hasil penilaian, diperoleh nilai kelayakan sebesar 90%, yang termasuk dalam kategori sangat layak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Jiwaloka TCG telah memenuhi aspek-aspek yang diperlukan sebagai media permainan dan dinilai layak untuk dilanjutkan ke tahap uji coba kepada target audiens.

Tabel 1. Kriteria Validasi Produk

Presentase	Kriteria
0-20%	Tidak Layak
20-40%	Kurang Layak
40-60%	Cukup Layak
60-80%	Layak
80-100%	Sangat Layak

Proses validasi dilakukan menggunakan skala penilaian 1-4, yaitu 1 (tidak layak), 2 (cukup layak), 3 (layak), dan 4 (sangat layak). Validasi dilakukan Hasna Wafiroh Umami N., S.Ds., yang memiliki kompetensi sebagai *Visual Designer & Product Specialist*.

Tabel 2. Hasil Validasi Media

Aspek	Indikator Penilaian	Pertanyaan	Skor
Visual	Kualitas ilustrasi, komposisi tata letak, penggunaan warna, serta kejelasan identitas visual pada media	5	19
Fungsi Fisik	Kenyamanan penggunaan kartu dan token serta kemudahan interaksi pemain selama permainan.	5	17

Tipografi	Keterbacaan, ukuran, dan pemilihan jenis huruf	1	3
Mekanika Permainan	Kejelasan aturan, keseimbangan permainan, kedalaman strategi, serta efektivitas penerapan mekanika <i>Stance</i> .	6	21
Bahasa dan Narasi	Kejelasan penggunaan bahasa, konsistensi istilah permainan, dan kemudahan memahami informasi pada kartu.	3	12
Total Skor			72

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% = \frac{72}{80} \times 100\% \mid \text{Hasil Validasi Media} = 90\%$$

Proses validasi materi dilakukan menggunakan skala penilaian 1–4, yaitu 1 (tidak layak), 2 (cukup layak), 3 (layak), dan 4 (sangat layak). Validasi dilakukan Prof. Dr. Trisakti, M.Si selaku Dosen Universitas Negeri Surabaya, *Head of* Pusat Unggulan Iptek - Perguruan Tinggi (PUI-PT) Seni Budaya Majapahitan (PUI SBM).

Tabel 3. Hasil Validasi Materi

Aspek	Indikator Penilaian	Pertanyaan	Skor
Kesesuaian dengan Mitologi Jawa	Kesesuaian pemilihan karakter, penamaan, dan kemampuan kartu dengan konsep mitologi Jawa.	9	35
Keakuratan Informasi	Ketepatan pengelompokan karakter serta kesesuaian ilustrasi dengan deskripsi dalam sumber mitologi Jawa.	6	19
Penyampaian Informasi	Ketepatan pengelompokan karakter serta kesesuaian ilustrasi dengan deskripsi dalam sumber mitologi Jawa.	6	23
Nilai Edukasi	potensi permainan dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemain terhadap karakter mitologi Jawa melalui <i>gameplay</i> .	6	24
Total Skor			101

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% = \frac{101}{108} \times 100\% \mid \text{Hasil Validasi Materi} = 93,5\%$$

Berdasarkan hasil validasi, TCG Jiwaloka memperoleh nilai validasi media sebesar 90% dan validasi materi sebesar 93,5%, sehingga dapat dinyatakan sangat layak sebagai media hiburan sekaligus media pengenalan mitologi Jawa.

e. Test

Uji coba kelayakan Jiwaloka TCG melibatkan lima responden yang terdiri atas dua pemain TCG, dua praktisi media/desain, dan satu masyarakat umum. Berdasarkan hasil pengisian angket, permainan memperoleh nilai rata-rata 88,6% dengan kategori sangat layak. Selama proses uji coba, responden menunjukkan antusiasme terhadap konsep permainan, ilustrasi karakter, dan mekanika yang ditawarkan. Meskipun demikian, beberapa masukan diberikan terkait aspek *game balancing*, khususnya pada mekanika *Stance*

Tapa yang dinilai menghasilkan energi secara terlalu efektif serta beberapa karakter yang dianggap memiliki *skill* dengan efek yang terlalu kuat sehingga berpotensi memengaruhi keseimbangan permainan. Masukan tersebut menjadi dasar evaluasi untuk penyempurnaan Jiwaloka pada tahap pengembangan selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Kelayakan pada Audiens

Aspek	Indikator Penilaian	Pertanyaan	Skor
Pengalaman Bermain dan Mekanika Permainan	Menilai kemudahan memahami aturan, keseimbangan mekanika, ritme permainan, serta kenyamanan interaksi pemain selama bermain.	25	88
Komponen & Keterbacaan Visual	Menilai keterbacaan informasi pada kartu, kejelasan visual komponen permainan, serta kenyamanan penggunaan kartu dan token.	20	67
Kesan Pemain	Menilai tanggapan dan pengalaman pemain terhadap konsep, suasana mitologi Jawa, serta kualitas keseluruhan permainan Jiwaloka.	10	40
Total Skor			195

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% = \frac{195}{220} \times 100\% \mid \text{Hasil Uji Kelayakan pada Audiens} = 88,6\%$$

Uji coba kelayakan Jiwaloka TCG yang melibatkan lima responden memperoleh rata-rata persentase sebesar 88,6% dengan kategori sangat layak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa permainan memiliki daya tarik yang baik, mudah dipahami, serta mampu diterima oleh pemain dengan latar belakang yang berbeda. Meskipun demikian, beberapa responden memberikan masukan terkait aspek game balancing, khususnya pada mekanika *Stance* Tapa yang dinilai menghasilkan energi secara terlalu efektif serta beberapa karakter yang memiliki kemampuan terlalu kuat. Masukan tersebut menjadi bahan evaluasi untuk penyempurnaan mekanika permainan pada pengembangan Jiwaloka selanjutnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan TCG Jiwaloka berhasil menghasilkan media hiburan sekaligus media pengenalan budaya yang mengangkat karakter mitologi Jawa bagi dewasa muda usia 18–24 tahun. Permainan dikembangkan menggunakan metode *Design Thinking* melalui tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, serta menghadirkan kebaruan berupa penerapan mekanika *Stance* (*Stance* Agni dan *Stance* Tapa), pengelompokan karakter berdasarkan konsep kosmologi Jawa (Jagad Suralaya, Jagad Madyapada, dan Jagad Patala), serta *ability* dan *skill* yang diadaptasi dari kisah asli setiap karakter. Berdasarkan hasil evaluasi, Jiwaloka memperoleh nilai validasi media sebesar 90%, validasi materi 93,5%, dan uji kelayakan sebesar 88,6%, sehingga dinyatakan sangat layak sebagai media hiburan berbasis budaya yang mampu mengintegrasikan identitas visual, mekanika permainan, dan nilai-nilai mitologi Jawa.

Jiwaloka masih memiliki peluang untuk dikembangkan melalui penambahan karakter mitologi Jawa, variasi kartu pendukung, mekanika permainan baru, serta playtesting dengan jumlah responden yang lebih besar untuk memperoleh game balancing yang lebih optimal.

Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan Jiwaloka ke dalam versi digital, mengkaji efektivitas TCG sebagai media pengenalan budaya melalui pendekatan eksperimen atau kuantitatif, serta menerapkan konsep permainan berbasis budaya pada mitologi, legenda, dan cerita rakyat dari daerah lain di Indonesia. Dengan demikian, Jiwaloka diharapkan tidak hanya menjadi alternatif media hiburan yang kompetitif, tetapi juga mampu menginspirasi pengembangan permainan lokal yang mengangkat kekayaan budaya Indonesia.

REFERENSI

- Adams, E. (2014). *Fundamentals of game design* (3rd ed.). New Riders.
- Adya Pratama, W. Y., & Zpalanzani, A. (2012). Perancangan Trading Card Game Wayang "Wayang Warfare." *Visual Communication Design*, 1(1).
- Alvin, & Pangaribuan, H. (2023). *PERANCANGAN APLIKASI GAME EDUKASI TENTANG MITOLOGI INDONESIA BERBASIS ANDROID*.
- Aryadi, A., & Lingga, M. (2024). *Personal traits and motivation impact on collectibles as an alternative investment: A case study of Trading Card Game community in Greater Jakarta*. In S. Musa et al. (Eds.), *Proceedings of the 5th International Conference on Global Innovation and Trends in Economy 2024 (INCOGITE 2024)* (Advances in Economics, Business and Management Research, Vol. 302). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-585-0_7
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*
- Ferdiansyah. (2025). *PERANCANGAN TRADING CARD GAME BERTEMA KERAJAAN MAJAPAHIT*. UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA.
- Fullerton, T. (2018). *Game design workshop: A Playcentric Approach To Creating Innovative Games* (4th ed.). CRC Press.
- Gunawan, A., & Wicandra, O. B. (2019). Perancangan *Trading Card Game* Bertema Karakter Superhero Indonesia. UNIVERSITAS KRISTEN PETRA.
- Hanum, Z., & Ariesta, O. (2025). Perancangan Trading Card Game sebagai Media Informasi Pengenalan Senjata Tradisional Minangkabau untuk Siswa SMP di Sumatera Barat. *TSAQOFAH*, 5(4), 3662-3679.
- Hidayat, M. (2021). Perancangan *Trading Card Game* Bertema Mahabharata Sebagai Media Edukasi Budaya. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Huizinga, J. (2014). *Homo ludens: A study of the play-element in culture*. Angelico Press.

Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar ilmu antropologi* (Edisi revisi). Rineka Cipta.

Lestari, E. F. L., & Utami, P. S. (2024). *Integrasi Nilai-Nilai Pendidikan Karakter yang Terkandung Dalam Mitologi Jawa Tradisi Seret Gedhang di Desa Sumbersari Tumpang Pada Pembelajaran IPS SD*. <https://journal.umpo.ac.id/index.php/dimensi/index>

Mahdayeni, Alhaddad, M. R., & Saleh, A. S. (2019). *MANUSIA DAN KEBUDAYAAN (MANUSIA DAN SEJARAH KEBUDAYAAN, MANUSIA DALAM KEANEKARAGAMAN BUDAYA DAN PERADABAN, MANUSIA DAN SUMBER PENGHIDUPAN)*.

Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L. (Eds.). (2010). *Design thinking: Understand–Improve–Apply*. Springer.

Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play: Game design fundamentals*. MIT Press.