

# Perancangan *Board Game* Sebagai Media Edukasi Mengenai Pentingnya Hak Kekayaan Intelektual Bagi Masyarakat

Jessica Amaylia Handoko\*, T. Arie Setiawan Prasida, Jasson Prestiliano

Universitas Kristen Satya Wacana

**Abstrak:** Board game, Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap HKI melalui board game. Metode penelitian dilakukan dengan metode kualitatif, mulai dari studi pustaka seperti jurnal, dokumentasi, internet pustaka dan wawancara kepada ahli HKI serta observasi. Hasil kuesioner dari 25 responden menunjukkan bahwa masih ada siswa yang menggunakan aset tanpa melihat lisensi yang tertera dari kreator. Oleh karena itu, board game 'The Hue Factory' merupakan sarana untuk mengenalkan masyarakat mengenai HKI sejak remaja.

**Kata Kunci:** *Board Game*, Hak Kekayaan Intelektual, Plagiasi

DOI:

<https://doi.org/10.47134/dkv.v2i4.5122>

\*Correspondence: Jessica Amaylia Handoko

Email: [jessicaamaylia@gmail.com](mailto:jessicaamaylia@gmail.com)

Received: 30-09-2025

Accepted: 30-10-2025

Published: 30-11-2025

**Abstract:** This study aims to increase public awareness of Intellectual Property (IP) rights through a board game. The research was conducted using qualitative methods, including literature studies such as journals, documentation, online sources, interviews with IP experts, and observations. Questionnaire results from 25 respondents indicated that some students still use assets without checking the licenses provided by the creators. Therefore, the board game *The Hue Factory* serves as a medium to introduce IPR to the public from an early age, particularly during adolescence.

**Keywords:** *Board Game*, Intellectual Property, Plagiarism



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## Pendahuluan

Pada era sekarang dengan perkembangan teknologi yang pesat ini, semua hal dapat diakses dengan sangat mudah melalui internet. Banyak orang memanfaatkan internet dengan baik, tetapi ada juga yang menyalahgunakan fasilitas, salah satunya yaitu melakukan plagiasi pada suatu aset di internet untuk kepentingan pribadi.

Plagiasi merupakan tindakan pencurian terhadap suatu aset yang terbentuk atau diciptakan oleh orang lain, dan memberi klaim bahwa ciptaan tersebut milik sendiri, bukan milik orang lain. Kata *plagiarism* diambil dari kata *plagiarius*, yang berarti merampas atau membajak (Sari & Yuanditasari, 2022).

Banyak orang melakukan plagiarisme karena manfaatnya lebih besar dibandingkan risikonya. Bagi siswa, dorongan untuk melakukan plagiarisme dapat muncul dari keinginan meraih nilai tinggi atau untuk dapat menyamai kemampuan teman-temannya. Selain itu karena efek melimpahnya informasi di internet, yang menurut beberapa peneliti membuat orang cenderung mengabaikan aspek etika terkait tindakan plagiarisme. (Ade-Ibijola, et al., 2022)

Kasus plagiarisme telah terjadi sejak lama pada dunia desain dan semakin bertambah banyak. Contohnya, kasus plagiasi mengenai logo dan nama brand, antara "I Am Geprek Benu" milik Benny Sujono dengan "Geprek Benu" milik Ruben Onsu pada tahun 2017-2018. (Yudistia & Romadhona, 2022). Selain kasus plagiasi brand, ada juga plagiasi mengenai *cover album* yang dilakukan oleh seorang musisi bernama Pamungkas. *Cover album* milik Pamungkas dituduh adanya plagiasi dari karya seni seniman bernama Baptiste Virot, yang berasal dari Perancis pada tahun 2022 (Sari & Yuanditasari, 2022).

Maraknya kasus plagiarisme pada dunia desain pada saat ini, dikarenakan oleh keterbatasan pengetahuan terhadap HKI akibat dari masyarakat yang bersikap apatis terhadap hukum. Selain itu, malas untuk mencari ide dan ingin serba instan disertai adanya penetapan deadline dari klien. Mudah-mudahan akses dalam melihat karya desain milik orang lain melalui sosial media juga mendorong untuk melakukan tindakan plagiasi secara tidak sadar (Royhan & Ngabekti, 2021).

Selain kasus plagiarisme, pelanggaran hak cipta lainnya seperti penggunaan aset tanpa izin dan pembajakan juga semakin marak terjadi. Hal ini disebabkan karena kita berada dalam era ketika informasi dapat diperoleh dengan cepat dan mudah, serta disebarluaskan melalui internet, media digital, dan berbagai platform berbagi konten (Yulianti, Guntara, & Abas, 2025). Sekarang, banyak pengguna media sosial dengan mudah menyisipkan lagu-lagu populer sebagai musik latar dalam konten video mereka tanpa meminta izin kepada pencipta. Kebiasaan yang tampak sederhana dan sudah umum dilakukan, merupakan salah satu contoh penggunaan aset tanpa izin (Ramadhani, Abdurokhan, & Sugianto, 2025).

Salah satu kasus penggunaan aset tanpa izin sering terjadi pada dunia musik, seperti kasus penggunaan lagu tanpa izin pada produk "Boneka Parfum Nabila Hijab" yang terjadi pada September 2018 ketika pemilik lagu menyadari bahwa produk tersebut memasukkan 10 lagu anak-anak yang dipasarkan tanpa persetujuan dari pemilik lagu (Adlan, Tarigan, Silaban, & Sinaga, 2025).

Dalam hal pembajakan dalam dunia teknologi, sebagian besar masyarakat Indonesia masih kerap menggunakan produk bajakan, dengan alasan harga perangkat lunak asli yang dianggap mahal dan tidak terjangkau. Kenaikan harga perangkat lunak berlisensi membuat banyak pengguna beralih ke versi bajakan agar tidak perlu membeli yang asli (Ramadhanty, Astutik, Prawesthi, & Handayati, 2025).

Untuk menghindari hal tersebut, banyak desainer dan musisi mendaftarkan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) untuk perlindungan aset yang telah dibuat. HKI merupakan hak kepemilikan secara individual yang telah disesuaikan menjadi kekayaan intelektual (KI) pada terminologi di Indonesia, sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 44 Tahun 2015 (Azmi & Wahid, 2023)

Hak kekayaan intelektual merupakan bentuk kekayaan pribadi yang dapat dimiliki dan diperlakukan layaknya jenis kekayaan lainnya (Keliat, Simanjuntak, & Sibero, 2022). HKI berfungsi untuk melindungi hasil kreativitas, baik karya seni seperti desain maupun musik, atau investasi yang dapat digunakan tanpa izin oleh pihak lain. Perlindungan mencakup merek atau brand dari suatu produk serta informasi bisnis yang bersifat komersial. Hukum HKI melindungi karya intelektual manusia dalam bentuk seni, sastra, ilmu pengetahuan dan inovasi (Novyana dkk., 2024). HKI juga tidak hanya memberikan perlindungan hukum bagi para pemegang hak, tetapi juga berperan penting dalam mendorong inovasi, kreativitas, serta kemajuan teknologi (Minarti, 2025).

Oleh karena itu, meningkatkan pemahaman mengenai hak cipta di kalangan pengguna media sosial, terutama remaja, baik sebagai pembuat maupun penikmat konten, menjadi hal penting agar setiap aktivitas digital dapat dilakukan secara legal dan sesuai dengan etika (Disemadi, et al., 2024). Menurut hasil wawancara dari pak Adrian, selaku dosen pengampu mata kuliah *ethic and legal*, dikatakan bahwa sebenarnya masyarakat di Indonesia banyak yang sudah tahu mengenai HKI, tetapi banyak yang tidak mengerti batasannya sejauh apa karena HKI memiliki sangat banyak kategori. Selain itu, kebijakan pada tiap negara juga berbeda. Pada Indonesia, aturan mengenai HKI terdapat pada UU HKI, UU paten, UU merek dan UU hak cipta (Adawiyah & Rumawi, 2021).

*Board game* merupakan salah satu bentuk permainan yang memiliki komponen permainan seperti token, pion, atau kartu yang diletakkan di atas papan bermain, dan memiliki tata cara permainannya sendiri (Nursyifani, Mansoor, & Ratri, 2020). Selain itu, *board game* juga menjadi salah satu bentuk permainan yang digemari oleh berbagai kalangan seperti anak-anak, remaja, maupun orang dewasa (Permatasari, Prasida, & Prestiliano, 2023).

Media edukasi merupakan sesuatu yang digunakan untuk menyampaikan suatu materi secara terencana sehingga seseorang dapat mengerti materi tersebut secara efektif dan efisien. (Sitepu, 2021) Dalam hal ini, sesuatu tersebut bisa dalam berbentuk bahan, alat maupun teknik yang dipakai pada proses pembelajaran dengan tujuan agar seseorang menangkap materi tersebut secara interaktif dan mudah untuk dipahami.

Media edukasi dalam bentuk *board game* memiliki peran yang cukup besar pada proses pembelajaran. Pada penelitian-penelitian sebelumnya, *board game* yang dirancang secara khusus untuk meningkatkan pengetahuan di bidang pendidikan telah menjadi perhatian utama untuk dikembangkan (Noda, Shirotzuki, & Nakao, 2019). Penggunaan permainan dalam proses mengajar dan belajar mengubah metode tradisional dalam menyampaikan pengetahuan. Menggunakan permainan dalam pembelajaran meningkatkan kemampuan seseorang dalam berbagai bidang pengetahuan (Wong & Yunus, 2021).

*Board game* menjadi media pembelajaran alternatif yang bersifat menyenangkan, interaktif, sekaligus edukatif. Siswa dapat belajar sambil bermain, memecahkan berbagai persoalan, bekerja sama, serta berkompetisi dengan cara yang positif (Sesspani, 2025). Selain itu, *board game* dapat menarik perhatian serta meningkatkan motivasi belajar, terutama bagi pelajar. Melalui *board game*, para pemain diajak untuk berinteraksi berdasarkan aturan yang telah ditetapkan, di mana setiap gerakan pemain akan memengaruhi posisi pion di atas papan dan saling berkaitan satu sama lain (Rizkha & Anggapuspa, 2022). *Board game* juga membantu anak usia sekolah dalam mengembangkan keterampilan pemecahan masalah,

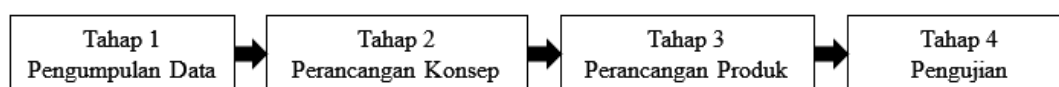
berpikir kreatif dan kritis, serta melatih kemampuan dalam menyusun strategi (Fadli, Muliati, & Erwin, 2025).

Pada perancangan *board game*, diperlukan desain dan visual *artwork* yang menarik agar dapat menambah antusias para pemain dalam memahami materi yang telah dipaparkan dalam *board game*. Visual *artwork* merupakan elemen pertama yang dilihat oleh *audience*, sehingga visual *artwork* menjadi elemen penting dalam pembuatan *board game*. (Sutikno, Prestiliano, Pratiwi, & Setiawan, 2023).

Setelah visual *artwork*, *game mechanic* juga memiliki peran yang penting. *Game mechanic* merupakan aspek yang memanfaatkan unsur motivasi, kesenangan, dan sikap yang dapat mendorong terjadinya perubahan perilaku individu, seperti mempersiapkan tugas atau bekerja sama dalam tim. Mekanika ini berperan dalam memfasilitasi serta mendorong pemain untuk bereksplorasi lebih jauh, mempelajari karakteristik ruang, dan memanfaatkan berbagai mekanisme permainan sebagai bentuk umpan balik (Amalia & Mansoor, 2021).

## Metodologi

Metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, mulai dari pengumpulan data, lalu masuk ke

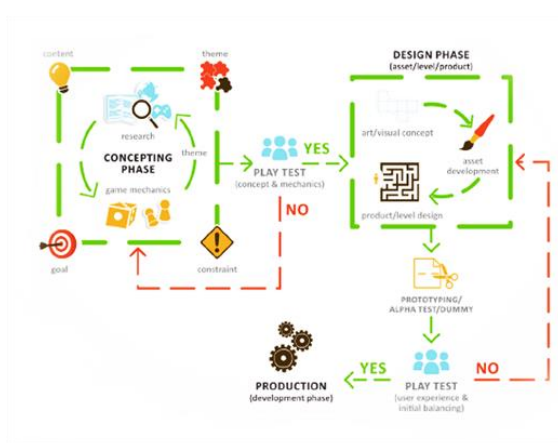


perancangan konsep dan perancangan produk, hingga tahap pengujian. Diagram bisa dilihat pada **Gambar 1**.

**Gambar 1.** Metodologi Penelitian

Pada tahap pertama yaitu pengumpulan data, penulis akan melakukan wawancara dengan ahli bidang hukum yang mengerti tentang HKI seputar HKI perseorangan pada bidang desain, dan membagikan kuesioner mengenai pengetahuan HKI secara *online* lewat *google form* dengan *target audience* yang telah ditentukan (15-18 tahun). Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dan dijadikan pedoman untuk materi apa saja yang perlu diterapkan pada *board game*.

Pada tahap perancangan akan menggunakan konsep *game design process* oleh Eko Nugroho yang memiliki tiga fase, mulai dari *concepting phase*, *design phase*, dan *development phase*, seperti pada **Gambar 2** (Nugroho, n.d).



**Gambar 2.** Metode *game design process* (Nugroho, n.d)

Pada *concepting phase* akan dilakukan penentuan elemen *game* yang berkaitan dengan hasil pengumpulan data yang telah dilakukan, mulai dari tujuan, aturan, mekanik sampai dengan alur cerita permainan. Untuk *design phase*, *prototype* akan dibuat berdasarkan *concepting phase* yang telah ditentukan, dan visual juga ditambahkan. Pada *development phase*, akan dilakukan *test play* dengan orang-orang yang paham dengan *board game* agar dapat mengidentifikasi kekurangan baik visual maupun dalam permainannya. *Test play* akan dilakukan berulang kali hingga permainan dinyatakan layak untuk dimainkan oleh *target audience*.

Pada tahap pengujian, *board game* yang telah menjadi produk akhir akan dimainkan oleh ahli HKI, ahli *board game* dan *target audience*.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan kualitatif. Pengumpulan data pertama dilaksanakan dengan melakukan wawancara kepada bapak Adrian, selaku ahli HKI serta dosen *legal and ethics* di UKSW. Beliau mengatakan bahwa saat ini sudah banyak masyarakat yang sadar mengenai pentingnya HKI, tetapi masih ada juga yang mengabaikan atau meremehkan HKI. Beliau juga mengatakan bahwa pentingnya mengenalkan HKI kepada remaja.

Pengumpulan data yang kedua dilakukan dengan membagikan kuesioner secara online kepada remaja berusia 15-18 tahun dengan tujuan memperoleh data yang akan digunakan untuk mengembangkan konsep boardgame. Hasil kuesioner dari 25 jawaban menunjukkan bahwa 17 siswa telah mengerti untuk menggunakan aset dengan lisensi *free to use* atau aset yang boleh dipakai secara bebas untuk keperluan tugas atau *personal use*, sedangkan 8 siswa lainnya menggunakan aset tanpa melihat jenis lisensi yang tertera dari kreator.

### B. Perancangan

#### 1) *Concepting Phase*

Tujuan dan aturan *game* yang dirancang, yaitu setiap pemain menjadi pengusaha yang menciptakan berbagai macam cat warna agar menjadi kaya dengan memproduksi cat warna yang telah dibuat.

Pemain berusaha untuk menciptakan cat warna dengan mengumpulkan bahan dari tiga area (tambang, hutan, taman) lalu memproses bahan yang telah dikumpulkan menjadi cat warna yang akan dijual, sehingga pemain mendapatkan uang. Setelah itu, pemain juga bisa membuat pabrik warna yang belum diklaim oleh pemain lain. Permainan berakhir ketika ronde terakhir sudah dimainkan, dan pemenangnya memiliki dua kategori, yaitu pemain yang memiliki uang paling banyak, dan pemain yang paling banyak memenuhi *request* klien.

Mekanik yang akan digunakan yaitu *mission/campaign game*. Dikutip dari website boardgamegeek.com, *mission/campaign game* merupakan sistem permainan yang dapat diterapkan pada berbagai jenis peta, sumber daya awal, dan posisi yang berbeda, bahkan pada kondisi kemenangan dan kekalahan yang beragam. Mekanik ini dipilih karena dapat membantu untuk memahami HKI yang memiliki banyak jenis skenario kasus yang berbeda-beda jenisnya dan tidak bisa dianggap sama untuk kasus lain.

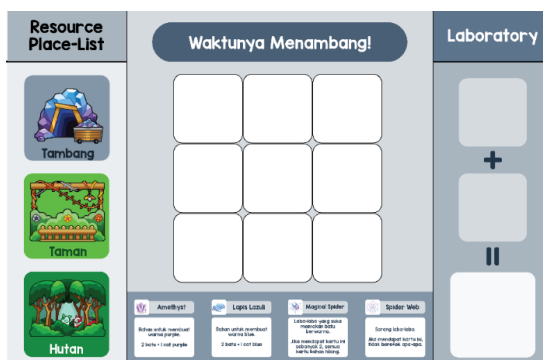
Untuk *story game*, setiap pemain akan menjadi seorang ilmuwan yang ingin menjadi orang sukses, sehingga pemain berusaha keras untuk menciptakan berbagai macam cat warna untuk dijual ke *market* atau memenuhi *request* dari klien agar mendapatkan uang.

## 2) Design Phase

*Prototype* yang telah disetujui dan sesuai dengan konsep dan data, selanjutnya diberi ilustrasi, teks dan layout. Pada *board game* ini memiliki banyak komponen yang dibagi menjadi 3 kategori (*map/area*, kartu, dan token.)

Komponen *map/area* memiliki 6 papan permainan, yaitu *map* tambang, *map* taman, *map* hutan, *market*, *surprise deck*, dan *color card list*. Semua papan dibuat menggunakan *grey board* dengan ukuran yang berbeda-beda.

*Map* tambang mempunyai 3 bagian. Pada bagian kiri berisi ilustrasi 3 tempat dan keterangan tempat (tambang, taman, dan hutan). Untuk bagian tengah, terdapat 9 kotak putih dan keterangan mengenai jumlah bahan yang didapatkan untuk mendapatkan kaleng cat pada bagian bawah. Sementara bagian kanan adalah tempat untuk mencampurkan warna. *Map* tambang adalah *map* bagi pemain untuk mendapatkan warna dengan menambang bebatuan *lapis lazuli* berwarna biru dan *amethyst* yang berwarna ungu. Desain bisa dilihat pada **Gambar 3**.

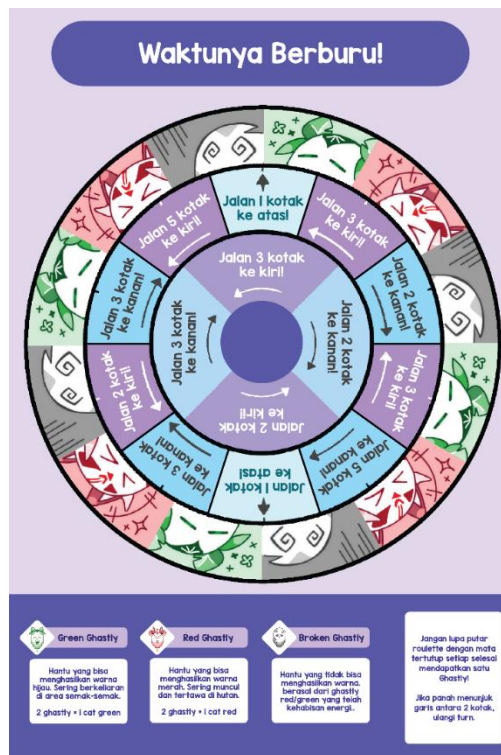


**Gambar 3.** Desain *map* tambang

Seperti yang terlihat pada **Gambar 4**, *map* taman berisi 7 *hexagon* putih dengan posisi berhimpitan membentuk gambar sekilas seperti sarang lebah warna putih, dan 1 *hexagon* putih pada samping kanan bawah. *Area* bawah merupakan keterangan mengenai jumlah tali yang digabungkan untuk mendapatkan kaleng cat. Pada *map* taman, pemain menyusun *puzzle hexagon* berisi tanaman merambat dengan warna berbeda untuk menumbuhkan bunga yang bisa diolah menjadi warna kuning dan oranye.

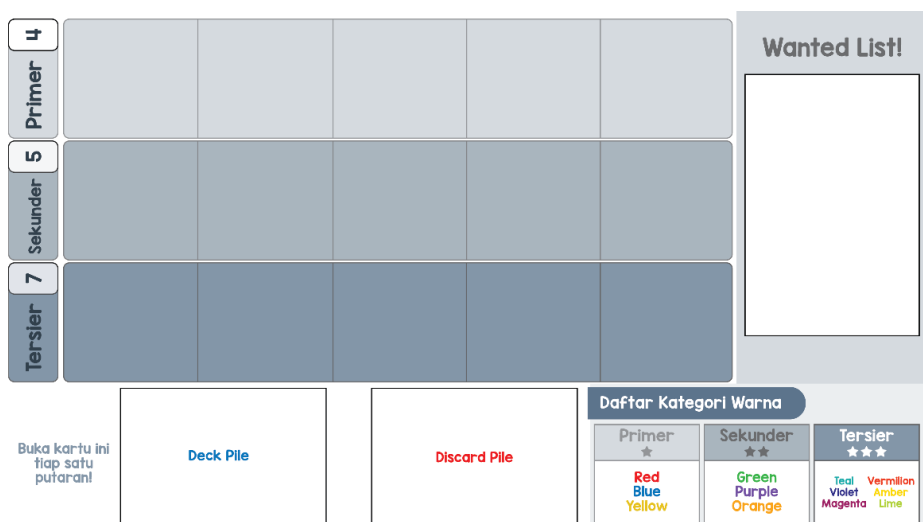
**Gambar 4.** Desain *map* taman

*Map* hutan memiliki bentuk *roulette* dengan 3 lapisan seperti pada **Gambar 5**. *Map* ini memiliki 3 lapis *grey board* dengan lapisan paling dasar berbentuk persegi panjang, lapisan tengah berbentuk lingkaran berukuran sedang dan lapisan paling atas berbentuk lingkaran kecil. Lapisan tengah dan atas dibentuk lubang untuk menyatukan semua lapisan dengan menggunakan sedotan agar bisa diputar seperti *roulette*. *Area* bawah berisi keterangan mengenai jumlah bahan yang didapatkan untuk mendapatkan kaleng cat. Pada *map* ini, pemain harus berburu makhluk yang disebut *ghastly*, makhluk yang bisa menghasilkan warna hijau dan merah.



Gambar 5. Desain map hutan

Pada Gambar 6, merupakan desain map market yang memiliki 3 bagian. Dimulai dari kiri ke tengah terdapat 3 baris kotak dengan keterangan primer, sekunder dan tersier. Setiap baris memiliki 5 kolom untuk menaruh kaleng cat. Bagian paling kanan adalah deck kartu request, dan pada bagian bawah merupakan deck kartu event serta keterangan daftar kategori warna di sebelah kanan. Map ini merupakan map bagi pemain untuk melakukan transaksi jual beli kaleng cat, serta memenuhi request permintaan kaleng dari klien.



Gambar 6. Desain market

Surprise deck (desain bisa dilihat pada Gambar 7) memiliki 3 jenis kotak dengan angka 1, 2, dan 3. Ketiga kotak ini merupakan tempat deck kartu surprise yang telah dibagi menjadi

3 sesuai dengan angkanya. *Deck* ini berfungsi untuk membantu player dalam mendapatkan kaleng cat acak secara instan.



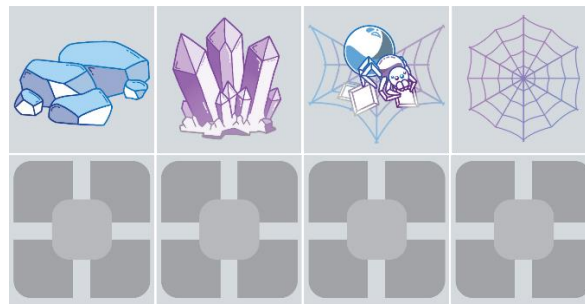
Gambar 7. Desain *surprise deck*

*Color card list* memiliki bentuk yang sama seperti *surprise deck*. Memiliki 3 jenis kotak bentuk persegi panjang dengan keterangan primer, sekunder, dan tersier pada bagian atas kotak. Papan ini berfungsi sebagai tempat untuk *color card*.

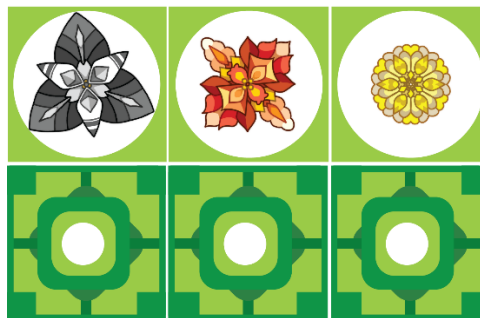


Gambar 8. Desain papan *color card list*

Semua komponen kartu menggunakan bahan kertas *ivory* dengan ukuran yang berbeda-beda. Untuk *resource card* berjumlah total 9 kartu dengan 4 jenis ilustrasi (3 kartu batu *lapis lazuli*, 3 kartu batu *amethyst*, 2 kartu *magical spider* dan 1 kartu *spider web*) seperti pada **Gambar 9**. Sementara itu, kartu bunga atau *flower card* memiliki total 12 kartu dengan 3 jenis ilustrasi bunga yang berbeda bentuk dan warna yang dapat dilihat pada **Gambar 10**. Berbeda dengan kartu bunga, kartu *ghastly* memiliki total 9 kartu dengan 3 jenis ilustrasi makhluk *ghastly* yang berbeda warna (bisa dilihat pada **Gambar 11**). Ketiga jenis kartu ini memiliki bentuk kotak persegi yang digunakan untuk *map* tambang, *map* taman, dan *map* hutan.



**Gambar 9.** Desain *resource card* pada *map* tambang



**Gambar 10.** Desain kartu bunga pada *map* taman



**Gambar 11.** Desain kartu *ghastly* pada *map* hutan

Pada bagian depan kartu *paint bucket card* atau kartu kaleng cat terdapat ilustrasi kaleng cat di bagian tengah kartu dengan bagian kiri atas terdapat gambar bintang yang menunjukkan kategori warna sesuai dengan banyak bintang (1 bintang untuk warna primer, 2 bintang untuk warna sekunder, dan 3 bintang untuk warna tersier). Di bagian kanan atas terdapat kotak dengan angka yang berbeda beda yang berfungsi untuk menunjukkan harga jual dari kaleng cat warna tersebut sementara di bagian kanan bawah menunjukkan keterangan nama dari warna kartu cat. Kartu ini berjumlah total 84 kartu. Desain bisa dilihat pada **Gambar 12**.



Gambar 12. Desain kartu kaleng cat (*paint bucket card*)

Kartu warna atau *color card* memiliki desain yang mirip seperti *paint bucket card*, seperti yang terlihat pada Gambar 13. Jumlah total kartu ini ada 12 kartu. Pada bagian depan pojok kanan atas terdapat nama warna, dan pojok kiri atas terdapat gambar bintang yang menunjukkan kategori warna. Pada bagian bawah ilustrasi kaleng cat terdapat keterangan efek jika pemain memiliki kartu tersebut.

Bisa dilihat pada Gambar 14, kartu *request* merupakan kartu yang berisi ilustrasi atau *pattern* berbeda-beda. Sisi depan kartu bagian pojok kanan atas terdapat keterangan angka poin yang bisa didapatkan dari kartu tersebut, dan bagian bawah terdapat ilustrasi 3 kaleng cat warna yang dibutuhkan untuk mendapatkan kartu tersebut. Kartu *request* berjumlah total 15 kartu.

Gambar 15 merupakan kartu *surprise* yang ditaruh pada papan *surprise deck*. Bagian depan kartu berisi kalimat, dan bagian belakang terdapat angka 1, 2, atau 3. Seperti kartu *request*, kartu *surprise* berjumlah total 15 kartu. Ketiga jenis kartu ini memiliki bentuk dan ukuran yang sama.



Gambar 13. Desain kartu warna (*color card*)



Gambar 14. Desain kartu *request*



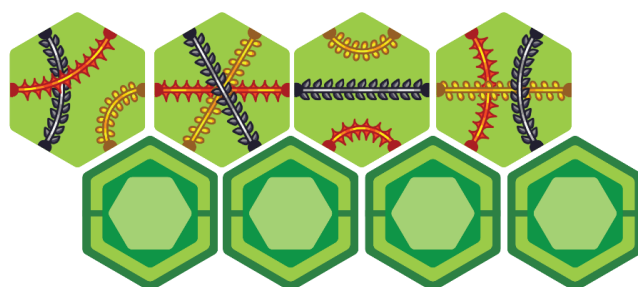
Gambar 15. Desain kartu *surprise*

Pada **Gambar 16**, kartu *event* memiliki desain yang sederhana seperti kartu *surprise*. Kartu *event* merupakan kartu *buff* penjualan warna tertentu dan selalu berganti tiap ronde. Jumlah kartu ini ada 8 buah.



Gambar 16. Desain kartu *event*

Komponen token yang digunakan untuk *map* taman menggunakan *grey board* berbentuk *hexagon*. Setiap *hexagon* memiliki ilustrasi tali dengan masing-masing tali berwarna oranye-kemerahan, kuning, dan hitam. Jumlah token *hexagon* ada 18 buah.



Gambar 17. Desain token hexagon pada puzzle map taman

Pada Gambar 18 bagian kiri, token uang hanya menggunakan angka 1, 2, 3, 5, dan 10 yang berfungsi sebagai alat transaksi kepada sesama pemain. Total token uang berjumlah 40 dan berbentuk lingkaran dengan bahan akrilik berwarna solid. Untuk token bintang memiliki gambar bintang seperti yang dilihat pada Gambar 18 di bagian kanan dengan bentuk lingkaran yang berukuran lebih besar daripada token uang. Token bintang menggunakan akrilik bening dan total token berjumlah 10 buah.



Gambar 18. Desain token uang (kiri) dan token bintang (kanan)

Desain rulebook berbentuk mini booklet dengan bahan menggunakan kertas artpaper. Rulebook berisi deskripsi mengenai cerita permainan, daftar komponen, peletakan komponen atau set-up, cara bermain atau gameplay, akhir permainan dan perhitungan poin.



Gambar 19. Desain rulebook

Pada bagian atas dan samping *box* kemasan terdapat ilustrasi kover, judul permainan, durasi permainan, total pemain, dan batas umur pemain. Pada bagian bawah *box* kemasan berisi cerita singkat permainan, komponen dan *set-up*. Desain *box* dapat dilihat pada Gambar 20.



Gambar 20. Desain *box* bagian depan dan belakang

## Hasil pengujian

Pengujian pertama dilakukan bersama bapak Adrian, selaku dosen *legal and ethics* di UKSW. Dari hasil pengujian, beliau mengatakan bahwa materi mengenai HKI sudah ada dalam *game*. Penggunaan media *board game* sebagai pengenalan HKI dianggap cukup menarik. Beliau memberikan saran untuk menambah waktu durasi permainan dari 60-90 menit menjadi 60-120 menit, karena *gameplay* terhitung cukup rumit bagi pemain yang masih awam dengan *board game*. Secara keseluruhan, *board game* “*the hue factory*” memiliki potensi untuk mengenalkan HKI secara sekilas.



Gambar 21. Pengujian *board game* kepada pak Adrian

Pengujian kedua dilakukan dengan Hery Prasetya, seorang ahli game desainer dari Hompimpa Games. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *board game* ini memiliki mekanik dan alur permainan yang menyenangkan untuk dimainkan secara berulang. Pada bagian visual dan ilustrasi juga sudah sesuai untuk *target audience* usia 15 tahun keatas. *Rulebook* sudah cukup jelas untuk dipahami. Untuk komponen, beliau menyarankan untuk menambahkan jam pasir durasi 30 detik atau 60 detik, serta token uang ditambahkan token angka 10 karena token uang angka 5 selalu habis sebelum permainan selesai.



**Gambar 22.** Pengujian *board game* kepada ahli *game design* di Hompimpa Games

Pengujian selanjutnya dilakukan kepada 24 target audience berusia 15-18 tahun di kota Solo. Setelah memainkan *board game*, *target audience* diberikan kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa semua orang pernah memainkan *board game*, sebanyak 22 orang merasa senang memainkan *board game* ini. Untuk tingkat kesulitan, sebanyak 15 orang mengatakan sulit ketika bermain pertama kali, tetapi mudah untuk kedua kalinya dan 9 orang lainnya mengatakan lumayan mudah ketika bermain pertama kalinya. Sebanyak 6 orang kebingungan pada bagian map hutan karena panah *roulette* yang kurang jelas. Sebanyak 5 orang menyukai bagian *surprise deck* karena membantu mendapatkan *resource* gratis di awal permainan. Untuk *rulebook*, sebanyak 20 orang memerlukan waktu yang cukup lama untuk memahami permainan dan 4 orang lainnya mengatakan bahwa *rulebook* cukup mudah untuk dipahami. Semua orang mengatakan bahwa desain *board game* (gambar dan warna) sudah cukup menarik dan ingin memainkan *board game* ini lagi. Sebanyak 12 orang mengatakan bahwa dengan memainkan *board game* 'The Hue Factory' bisa mengenali keuntungan HKI pada bagian *color card list* dan *market*.

Dari hasil data pengujian yang telah didapatkan, bisa disimpulkan bahwa *gameplay* dari *board game* 'The Hue Factory' memiliki mekanik yang menyenangkan, serta materi edukasi untuk pengenalan HKI sudah sesuai bagi *target audience* meskipun perlu memberikan penjelasan yang cukup panjang untuk memainkan *board game* ini. Pada segi visual juga sudah sesuai dengan selera *target audience*.

## Simpulan

Pada era modern seperti sekarang, memberi pengenalan edukasi tentang Hak Kekayaan Intelektual sejak remaja cukup penting untuk melindungi karya baik dalam bentuk desain seperti brand, atau musik dari pencurian aset secara digital. *Board game* 'The Hue Factory' merupakan alat yang bisa dijadikan sebagai media edukasi untuk mengenalkan HKI kepada remaja berusia 15-18 tahun karena dapat membantu pemain untuk mengenal tentang HKI dengan cara yang menyenangkan, walaupun permainan ini perlu seorang *game master* dikarenakan *game* ini memiliki tingkat kesulitan medium dan cukup berat bagi orang yang awam dengan *board game*. Dalam pengembangan penelitian selanjutnya, dapat ditambahkan mekanik lain untuk menjangkau *audience* dengan usia diatas 18 tahun, atau mengurangi mekanik untuk menjangkau *audience* dengan usia dibawah 15 tahun. Selain itu, untuk menjangkau usia dibawah 15 tahun sangat disarankan

untuk berkolaborasi atau berdiskusi dengan ahli atau guru, agar penerapan board game dapat berlangsung secara berkelanjutan dan tetap selaras dengan kurikulum.

### Daftar Pustaka

- Adawiyah, R., & Rumawi. (2021). Pengaturan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Masyarakat Komunal Di Indonesia. *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan Vol.10 No.1* , 1-16.
- Ade-Ibijola, A., Young, K., Sivparsad, N., Seforo, M., Ally, S., Olowolafe, A., & Frahm-Arp, M. (2022). Teaching Students About Plagiarism Using a Serious Game (Plagi-Warfare): Design and Evaluation Study. *Jmir Serious Games*.
- Adlan, W., Tarigan, N., Silaban, R., & Sinaga, L. V. (2025). Ganti Kerugian Atas Perbuatan Melawan Hukum Terhadap Pelanggaran Atas Hak Cipta Lagu Dalam Kegiatan Yang Dilakukan Tanpa Izin. *Jurnal Diktum, Vol. 4, No. 1*, 36-44.
- Amalia, F., & Mansoor, A. Z. (2021). Kajian Gamifikasi Mekanik Sebagai Variabel Dalam Literasi Media Board Game. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual Vol 14 No.1*, 22-34.
- Azmi, & Wahid, M. K. (2023). *Legalitas dan Perlindungan Hukum Terhadap Karya Seni Visual Yang Dihasilkan Melalui Artificial Intelligence*. Malang: UNISMA.
- board game mechanic : scenario mission campaign game. (n.d.). Retrieved from boardgamegeek.com: <https://boardgamegeek.com/boardgamemechanic/2822/scenario-mission-campaign-game>
- Disemadi, H. S., Sudirman, L., Seroja, T. D., Budi, H. S., Rusdiana, S., & Modjo, M. D. (2024). Meningkatkan Kesadaran Remaja terhadap Penggunaan Konten Digital sebagai Hak Cipta. *Sang Sewagati Journal Vol. 2, No. 1*, 45-60.
- Fadli, M., Muliati, R., & Erwin, M. S. (2025). Perancangan Board Game Sebagai Media Edukasi Pengenalan Kuliner Khas Riau Untuk Anak-anak. *Jurnal Penelitian Nusantara Volume 1 ; Nomor 2*, 212-218.
- Keliat, V. U., Simanjuntak, I., & Sibero, C. L. (2022). Aspek Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Hki) : Fungsi Sentra Hki Dalam Pengembangan Hki Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Hukum Prima Vol. 5 No. 2*, 118-123.
- Minarti, T. (2025). Hak Kekayaan Intelektual Dan Inovasi Perlindungan Hukum Untuk Pengembangan Ekonomi. *PERAHU (Penerangan Hukum) JURNAL ILMU HUKUM Volume 13 Nomor 1*, 22-29.
- Nabila Rosyita Sari, A. Y. (2022). Analisa Kasus Plagiarisme Kasus Album Penyanyi Pamungkas Pada Karya Seni Baptiste Virot Seniman Asal Prancis (Kasus Pelanggaran Kode Etika Profesi atau Plagiarisme dalam Bidang Desain atau Seni). *Prosiding SNADES*, 299-302.
- Noda, S., Shiotsuki, K., & Nakao, M. (2019). The effectiveness of intervention with board games: a systematic review. *BioPsychoSocial Medicine*, 1-21.
- Novyana, H., Clarence, J., Sonya, A. P., Halikha, N., Putri, E. T., & Marchela, A. (2024). Strategi Pendaftaran Merek Dagang Serta Realisasi Merek Untuk Meningkatkan Reputasi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang-

- Undang Merek Dan Indikasi Geografis Di Daerah Jakarta Selatan. *Jurnal Kreatif : Karya Pengabdian untuk Masyarakat*.
- Nugroho, E. (n.d.). *game design canvas*. Retrieved from Kummara.com: <https://kummara.com/game-design-canvas/>
- Nursyifani, C. U., Mansoor, A. Z., & Ratri, D. (2020). Boardgame as Media for The Independence Character Development of Preschool (4-6 Years Old) Children in Indonesia. *1st Icon-Arccade 2017, International Conference on Art, Craft, Culture, and Design*.
- Permatasari, A. A., Prasida, T. A., & Prestiliano, J. (2023). Board Game Edukasi Pramuka Penggalang Dengan Mekanik Acting. *JURNAL DESAIN Vol.10, No.3*, 524-538.
- Ramadhani, A., Abdurokhman, & Sugianto, Q. F. (2025). Implikasi Hukum Pelanggaran Hak Cipta atas Karya Musik di Platform Media Sosial: Studi Kasus Penggunaan Tanpa Izin. *JHN : Jurnal Hukum Nusantara Volume 1 Nomor 3*, 274-286.
- Ramadhanty, V. A., Astutik, S., Prawesthi, W., & Handayati, N. (2025). Penegakan Hukum Hak Cipta Terhadap Pelanggaran Pembajakan Perangkat Lunak Untuk Tujuan Komersial. *Jurnal Ilmiah "Advokasi" Vol 13 No. 01*, 86-103.
- Rizkha, I. A., & Anggapuspa, M. L. (2022). Perancangan Board Game Pengenalan Gizi Seimbang Sebagai Media Edukasi Anak Usia 9-12 Tahun. *Jurnal Barik, Vol. 4 No. 1, 4*, 175-189.
- Royhan, M. G., & Ngabekti, D. K. (2021). Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis. *Citrawira*.
- Sesspani, A. (2025). Perancangan Board Game Edukatif tentang Budaya Melayu Riau untuk Anak Usia 10–12 Tahun . *Jurnal Desain Komunikasi Visual Vol: 2, No 3*, 1-11.
- Sitepu, E. N. (2021). Media Pembelajaran Berbasis Digital. *PROSIDING PENDIDIKAN DASAR Volume 1 Nomor 1*, 242-248.
- Sutikno, M. R., Prestiliano, J., Pratiwi, P., & Setiawan, A. (2023). Perancangan Visual Artwork Dengan Teknik Desain Pop-Up Pada Board Game Untuk Media Pembelajaran Pencegahan Malnutrisi Untuk Usia 10 – 11 Tahun. *Citradirga : Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia Volume 05, Nomor 01*, 47-63.
- Wong, C. H., & Yunus, M. M. (2021). Board Games in Improving Pupils' Speaking Skills: A Systematic Review. *Sustainability*, 1-11.
- Yudistia, T. T., & Romadhona, M. (2022). Analisis Kasus Plagiarisme Merk Dagang Antara I am Geprek Benu dan Geprek Benu. *Snades*.
- Yulianti, Y., Guntara, D., & Abas, M. (2025). Kajian Yuridis Terhadap Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di Era Digital Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Unes Journal of Swara Justisia Volume 9, Issue 2*, 341-350.