

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR
PERANCANGAN PERMAINAN VENTURO DAN
MEDIA PROMOSI MELALUI DESAIN KOMUNIKASI
VISUAL



**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir Sebagai Prasyarat
Guna Mencapai Gelar Ahli Madya Diploma III
Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa**

Disusun Oleh :
NURUL FADILLAH
C. 9508051

PROGRAM STUDI D III DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA

com **2012** *user*

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengantar Karya Tugas Akhir dengan Judul :

PERANCANGAN PERMAINAN VENTURO DAN MEDIA PROMOSI MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan penguji :

Pembimbing Tugas Akhir I

Pembimbing Tugas Akhir II

Anugrah Irfan Ismail, S.Sn
NIP. 198307022008121003

Esty Wulandari, S.Sos, M.Si
NIP. 197911092008012015

Mengetahui

Koordinator Tugas Akhir

Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D
NIP. 196207081992031001

commit to user

PENGESAHAN

Diterima dan disahkan oleh panitia penguji Tugas Akhir
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sebelas Maret Surakarta
28 Desember 2011

Panitia Penguji

Ketua Sidang Tugas Akhir

Drs. M. Suharto, M.Sn

NIP. 195612201986031003

(.....)

Sekretaris Sidang

Hermansyah Muttaqin, S.Sn, M.Sn

NIP. 197111152006041001

(.....)

Pembimbing I Tugas Akhir

Anugrah Irfan Ismail, S.Sn

NIP. 198307022008121003

(.....)

Pembimbing II Tugas Akhir

Esty Wulandari, S.Sos, M.Si

NIP. 197911092008012015

(.....)

Mengetahui

Dekan

Fakultas Sastra dan Seni Rupa

Ketua Program Studi

D3 Desain Komunikasi Visual

Drs. Riyadi Santosa, M.Ed., Ph.D

NIP. 196003281986011001

Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D

NIP. 196207081992031001

commit to user

MOTTO



“Berusaha semaksimal dan menjadi diri sendiri adalah kekuatan tuk mencapai mimpi di masa depan”.

(Penulis)

PERSEMBAHAN



“Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk sukses serta doa yang tidak pernah henti”.

commit to user

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, penulis bersyukur telah dapat menyelesaikan Karya Tugas Akhir ini, yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret.

Penyusun karya Tugas Akhir ini, sebagai persyaratan guna mencapai gelar Ahli Madya Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Terselesainya Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan baik secara spiritual maupun material dari semua pihak yang telah membantu, baik keluarga maupun di lingkup kampus Universitas Sebelas Maret, Oleh karena itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Riyadi Santosa, M.Ed., Ph.D selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D selaku Ketua Program Studi Diploma III Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Anugrah Irfan Ismail, S.Sn selaku Pembimbing I atas pengarahan dan bimbingan yang telah diberikan selama penyusunan Karya Tugas Akhir ini.
4. Esty Wulandari, S.Sos, M.Si selaku Pembimbing II atas pengarahan dan bimbingan yang telah diberikan selama penyusunan Karya Tugas Akhir ini.
5. Segenap *Staff* pengajar D3 Desain Komunikasi Visual, atas bantuan, ilmu,

dan pengalaman yang telah diberikan selama perkuliahan.

6. Herumanto Moektijono selaku pimpinan Cil – Cil berikut staff dan karyawan atas bantuan dalam memberikan informasi serta ilmu tentang bisnis dibidang mainan.



Surakarta, Desember 2011

Penulis

commit to user

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan.....	4
BAB II IDENTIFIKASI DATA.....	5
A. Data Perusahaan	5
1. Awal Mula Perusahaan	5
2. Produk Cil – Cil	7
3. Pemasaran dan Promosi Cil – Cil	8
B. Target.....	8
1. Target <i>Market</i>	8
2. Target <i>Audience</i>	9
3. Target Karya.....	10
C. Komparasi	12
1. Monopoli	12
2. Ular Tangga	13
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	14
A. Konsep Perancangan	14
1. Metode Kreatif	14
2. Aturan Main	15
3. Konsep Media Promosi	17

B. Konsep Perancangan.....	18
1. Permainan Venturo	18
2. Media Promosi	24
C. Teknik Pelaksanaan	27
1. Media Promosi	27
2. Merchandise	28
BAB IV VISUALISASI KARYA (Thumbnail).....	31
A. Permainan Venturo	31
B. Media Promosi.....	40
BAB V PENUTUP.....	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

PERANCANGAN PERMAINAN VENTURO DAN MEDIA PROMOSI MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Nurul Fadillah¹

Anugrah Irfan Ismail, S.Sn² Esty Wulandari, S.Sos, M.Si³

ABSTRAK

2012. Pengantar tugas akhir ini berjudul Perancangan Permainan Venturo dan Media Promosi Melalui Desain Komunikasi Visual. Adapun masalah yang dikaji adalah menampilkan dan merancang permainan Venturo sesuai tema dan konsep kreatif. Permainan Venturo bercerita tentang petualangan empat divisi penjelajah antariksa untuk mendapatkan hasil tambang. Komponen dari permainan Venturo mencakup : kemasan, papan permainan, bidak, kartu Venturo, kartu properti, uang, dadu, pin hasil tambang, dan buku panduan bermain. Petualangan tersebut di mulai dari markas masing – masing divisi, selain itu pemain dapat membeli properti dan mengambil kartu Venturo yang berisi perintah misi. Dalam kartu Venturo terdapat FYI (*for your info*) yang berisi berbagai pengetahuan dan informasi menarik tentang dunia antariksa. Target *audience* dari pembelajaran ini khususnya anak SD dan pada umumnya orang tua sebagai penunjang penyampaian materi promosi. Konsep pemilihan warna didominasi hitam, biru dan merah, selain itu juga perpaduan warna putih, hijau, dan kuning. Sebagai media promosinya yaitu : poster, x-banner dan *merchandise* (stiker, pin, kaos dan *paperbag*)

¹ Nama mahasiswa dengan NIM C 9508051

² Dosen Pemimbing I

³ Dosen Pemimbing II

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbagai permainan hadir seiring dengan perkembangan zaman yang terus bergerak maju. Saat ini terdapat ribuan bahkan jutaan bentuk dan rupa model permainan. Sebagai contoh, permainan tradisional yang sangat sederhana tetapi memiliki makna yang dalam dan ada juga permainan modern yang mengandalkan teknologi.

Permainan sendiri memiliki fungsi sebagai sarana menghibur diri maupun secara kelompok. Menurut Hans Daeng Permainan adalah bagian mutlak dari kehidupan anak dan permainan merupakan bagian integral dari proses pembentukan kepribadian anak (Andang Ismail, 2009: 17).

Andang Ismail menyatakan bahwa permainan ada dua pengertian. Pertama, permainan adalah sebuah aktifitas bermain yang murni mencari kesenangan tanpa mencari menang atau kalah. Kedua, permainan diartikan sebagai aktifitas bermain yang dilakukan dalam rangka mencari kesenangan dan kepuasan, namun ditandai pencarian menang-kalah. Menurut Kimpraswil mengatakan bahwa definisi permainan adalah usaha olah diri (olah pikiran dan olah fisik) yang sangat bermanfaat bagi peningkatan dan pengembangan motivasi, kinerja, dan prestasi dalam melaksanakan tugas dan kepentingan organisasi dengan lebih baik (As'adi Muhammad, 2009: 26).

Hal ini erat kaitannya dengan latar belakang permainan yang hadir seiring berkembangnya kebudayaan di suatu wilayah. Setiap wilayah memiliki permainan berbeda – beda berdasarkan kebudayaan yang ada di wilayah tersebut. Berawal dari permainan tradisional yang kental akan nilai kebersamaan dan sosial serta tidak melupakan nilai moral yang terkandung di dalamnya. Terdapat berbagai nilai atau norma yang terkandung di dalam permainan tradisional. Sehingga permainan tradisional melekat erat pada kebudayaan dan tata cara sosialisasi serta pesan moral yang di gambarkan secara tersirat maupun tersurat baik langsung maupun tidak langsung.

Perkembangan zaman yang pesat telah membawa permainan tradisional ke bentuk lain dari sebuah permainan. Hal ini selaras dengan kemajuan teknologi pada zaman modern. Permainan modern hadir dengan memodifikasi dari permainan tradisional maupun menciptakan permainan yang benar – benar belum ada pada permainan tradisional. Sebagai contoh adalah lahirnya video game dan permainan berbasis pada komputerisasi teknologi modern. Permainan modern memiliki dampak positif dan negatif tersendiri. Hal paling umum dari segi positif permainan modern adalah upaya mendukung kemajuan teknologi kearah yang lebih maju, sehingga tercipta berbagai bentuk dan model permainan yang baru. Jika di teliti lebih lanjut, hal ini dapat menyebabkan tergusurnya permainan tradisional yang kaya akan nilai – nilai moral dan permainan modern memiliki efek kecanduan yang berujung pada tindak penyalahgunaan teknologi serta dapat merusak psikis dari seseorang.

Sekarang ini banyak dijumpai berbagai model dan bentuk permainan di sekitar kita. Permainan yang hadir tersebut memiliki sejumlah masalah. Mulai dari kurang mendidik, tidak berwawasan budaya, dan mengarah pada permainan yang sifatnya hanya membuang – buang waktu serta lupa akan tanggung jawab.

Dari masalah yang di bahas tersebut dapat di tarik kesimpulan bahwa, memadukan antara permainan tradisional dengan permainan modern dapat memberikan dampak positif. Hal ini dapat terealisasi dengan menciptakan Venturo, yaitu sebuah permainan yang menyerupai monopoli yang telah ada. Menggunakan bidak papan seperti monopoli dan di mainkan oleh sedikitnya 2 sampai 4 pemain. Terinspirasi dari film “Jumanji” dan “Zathura”. Dengan mengambil tema luar angkasa yang di suguhkan menggunakan visualisasi yang menarik. Di harapkan mampu menerapkan dan menyampaikan perkembangan teknologi serta tidak melupakan nilai – nilai yang terkandung dalam permainan tradisional.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan dan uraian di atas dapat di susun pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat permainan Venturo yang mengandung nilai-nilai edukatif dan kebersamaan?
2. Bagaimana merancang desain kemasan untuk permainan Venturo ?
3. Bagaimana merancang strategi promosi melalui Desain Komunikasi Visual untuk permainan Venturo ?

C. Tujuan

Berikut adalah tujuan merancang Venturo sebagai bentuk permainan yang mampu memadukan permainan tradisional dengan modern serta nilai – nilai yang terkandung di dalamnya :

1. Membuat permainan Venturo yang mengandung nilai-nilai edukatif dan kebersamaan.
2. Merancang desain kemasan untuk permainan Venturo.
3. Merancang strategi promosi melalui Desain Komunikasi Visual untuk permainan Venturo.

commit to user

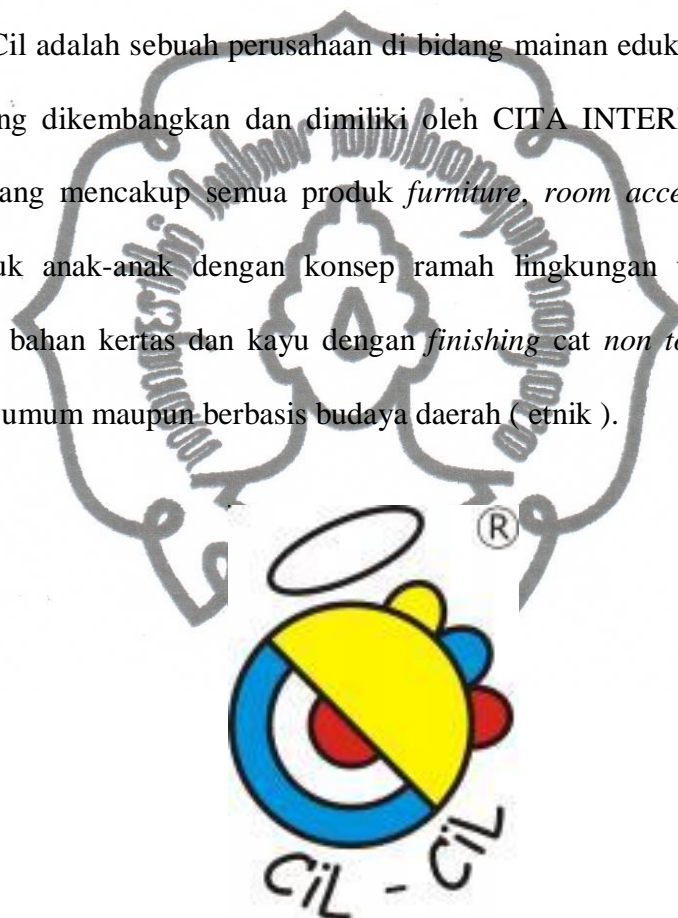
BAB II

IDENTIFIKASI DATA

A. Data Perusahaan

1. Awal Mula Perusahaan

Cil-Cil adalah sebuah perusahaan di bidang mainan edukatif dengan merk terdaftar yang dikembangkan dan dimiliki oleh CITA INTERIOR *Design and Contracts* yang mencakup semua produk *furniture*, *room accessories* dan *toys* khusus untuk anak-anak dengan konsep ramah lingkungan terutama dengan penggunaan bahan kertas dan kayu dengan *finishing* cat *non toxic* baik dengan tema desain umum maupun berbasis budaya daerah (etnik).



Gambar 1

Logo Cil - Cil

commit to user

Berdiri pada tahun 2000 oleh Herumanto Moektijono dan beralamat di Jl. Melati II C 2 no. 8 & 9, Perumahan Fajar Indah, Solo, Jawa Tengah, Indonesia. Dengan dukungan pengalaman lebih dari 10 tahun di bidang interior dan apresiasi dari pelanggan yang sangat baik khususnya terhadap desain-desain untuk interior ruang-ruang anak-anak, maka Cil - Cil mencoba untuk memberikan sumbangsih pemikiran dan usaha untuk ikut berkreasi dalam dunia pendidikan terutama dalam pengadaan furnitur, perlengkapan ruang dan mainan-mainan edukatif / alat peraga edukatif untuk kebutuhan anak-anak baik untuk pemakaian di sekolah – sekolah maupun sehari - hari, pemakaian di fasilitas umum untuk anak-anak maupun untuk pemakaian pribadi di rumah. Dengan bekal kekayaan budaya daerah di Indonesia yang begitu sangat luar biasa, Cil - Cil juga terus berupaya dengan sungguh-sungguh merancang dan mengembangkan beragam furnitur, perlengkapan ruang dan mainan edukatif anak yang juga berbasis dan bertemakan budaya daerah.

Cil - Cil menyadari, bahwa Cil - Cil bukan yang pertama berkecimpung dalam dunia desain untuk anak-anak ini , apalagi dalam dunia alat peraga edukatif dan mainan edukatif. Namun Cil - Cil memiliki dorongan kuat untuk selalu menciptakan desain-desain baru yang bukan merupakan desain hasil contekan dari pihak lain atau mengambil begitu saja desain karakter kartun populer yang telah dilindungi hak cipta. Untuk itu Cil - Cil selalu berusaha menciptakan desain-desain khas Cil-Cil yaitu lucu - unik, kuat – aman, cat *non toxic* dan serba guna penggunaannya, hasil buatan tangan yang rapi pengerjaannya serta desain – desain yang juga bertema Indonesia.

commit to user

Selain itu sejumlah Ruang – Ruang, Taman Kanak-Kanak, Kelompok Bermain, Paviliun Anak di Rumah Sakit, Ruang Praktek Dokter Anak, Tempat Penitipan Anak, dan sebagainya.

2. Produk Cil – Cil

Berbagai produk alat peraga edukatif dan mainan edukatif di produksi oleh Cil - Cil. Berikut adalah produk yang di tawarkan Cil – Cil :

a. Furnitur mencakup :

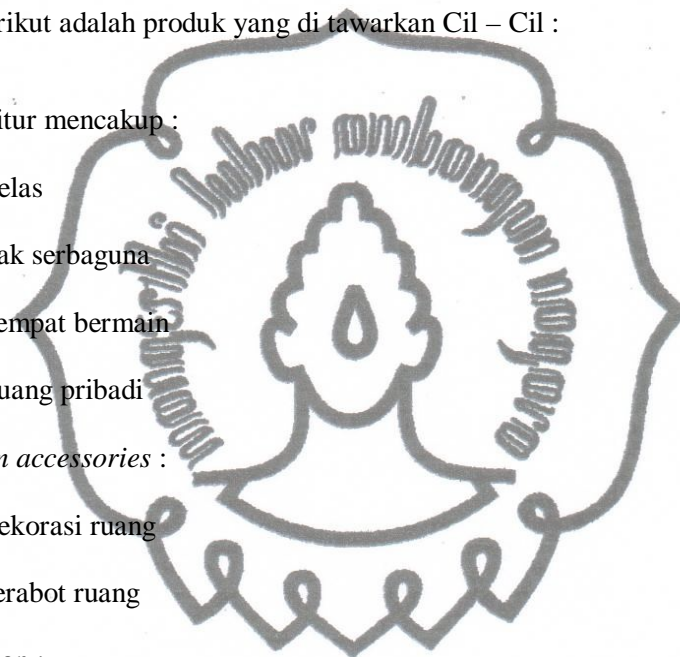
- 1) Kelas
- 2) Rak serbaguna
- 3) Tempat bermain
- 4) Ruang pribadi

b. *Room accessories* :

- 1) Dekorasi ruang
- 2) Perabot ruang

c. Mainan :

- 1) Mainan kayu
- 2) Mainan kertas
- 3) Mainan kain
- 4) Mainan tradisional
- 5) Mainan etnik



commit to user

3. Pemasaran dan Promosi Cil – Cil

Pemasaran dan promosi sangatlah penting untuk mengenalkan produk suatu usaha, begitu juga dengan Cil – Cil. Pemasaran produk Cil Cil adalah di daerah Solo dan sekitarnya serta seluruh wilayah Indonesia. Cil – Cil menggunakan media pameran dan internet untuk berpromosi dan beriklan. Cil – Cil sendiri telah membuka gerai resmi di Solo Square lantai 1, Jl. Slamet Riyadi, Solo, Jawa Tengah, Indonesia.

B. Target

1. Target Market

Target market dari Venturo seperti penjabaran sebagai berikut :

a. Segmentasi Geografis

Wilayah Surakarta, Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali, dan Klaten

b. Segmentasi Demografis

- 1) Jenis kelamin : Pria dan wanita
- 2) Usia : Mulai dari umur 6 – 15 tahun
- 3) Pendidikan : Mulai dari SD sampai dengan SMP
- 4) Status : Menengah sampai dengan atas
- 5) Agama : Semua Agama

commit to user

2. Target Audience

Target Audience dari Venturo seperti penjabaran sebagai berikut :

a. Segmentasi Geografis

Wilayah Surakarta, Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali, dan Klaten

b. Segmentasi Demografis

- 1) Jenis kelamin : Pria dan wanita
- 2) Usia : Mulai dari umur 20 – 50 tahun
- 3) Pendidikan : Minimal SMA
- 4) Status sosial ekonomi : Menengah sampai dengan atas
- 5) Agama : Semua Agama

c. Segmentasi Psikografis

- 1) Orang tua

Orang tua yang ingin anaknya bermain permainan yang memiliki nilai edukatif dan tidak ingin anaknya kecanduan permainan modern (play station, game online, video game, dll). Orang tua menyaksikan permainan modern tersebut kurang mendidik dan bisa menimbulkan anak menjadi lupa waktu dan malas.

2) Anak

Anak – anak yang jenuh dengan permainan modern dan ingin memainkan permainan tradisional.

3. Target Karya

Sebagai upaya untuk merancang dan mengenalkan Venturo agar di mainkan oleh khalayak umum, serta pesan – pesan moral yang terkandung tetap tersampaikan di perlukan beberapa langkah dan strategi. Salah satu strategi itu terdapat pada bauran promosi (*promotion mix*), yaitu *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan pribadi), *sales promotion* (promosi penjualan), *publicity* (publisitas). Adapun promosi termasuk ke dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikenal dengan 4P yaitu, *product* (produk), *place* (tempat), *Price* (harga) dan *promotion* (promosi).

Sebagai penunjang dalam merancang dan mengenalkan Venturo, dibutuhkan media-media yang berperan penting dalam proses komunikasi. Dimana media tersebut dapat mempengaruhi nilai iklan itu sendiri. adapun media yang digunakan meliputi media lini atas (*above the line media*) dan media lini bawah (*bellow the line media*).

Berikut adalah karya yang akan di visualisasikan dalam bentuk nyata sebagai langkah dan strategi merancang serta mengenalkan Venturo pada khalayak umum, adalah :

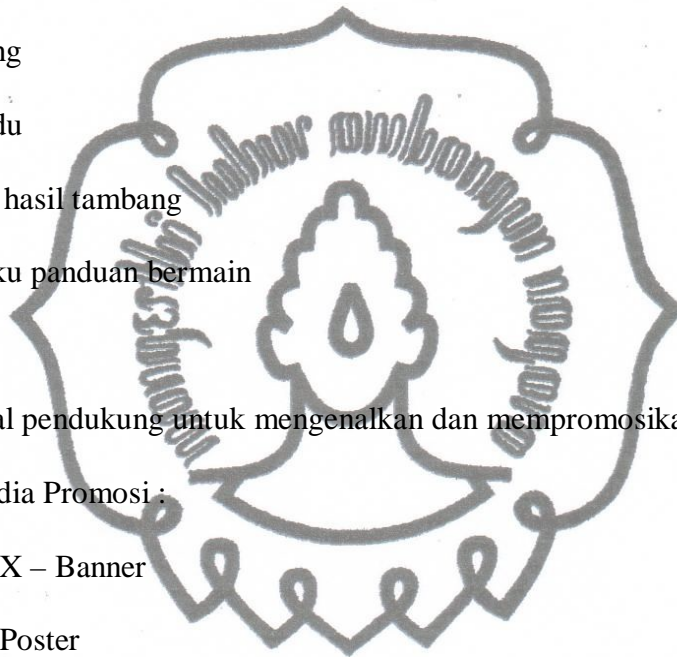
commit to user

a. Karya di dalam Venturo :

- 1) Kemasan Venturo
- 2) Papan Venturo
- 3) Bidak Venturo
- 4) Kartu Venturo
- 5) Kartu properti
- 6) Uang
- 7) Dadu
- 8) Pin hasil tambang
- 9) Buku panduan bermain

b. Hal – hal pendukung untuk mengenalkan dan mempromosikan Venturo :

- 1) Media Promosi :
 - a) X – Banner
 - b) Poster
- 2) Merchandise :
 - a) T – shirt
 - b) Pin
 - c) Stiker
 - d) Paper bag



C. Komparasi

Berikut adalah komparasi mainan Venturo dengan mainan yang lain :

1. Monopoli

Monopoli adalah permainan salah satu permainan papan yang paling terkenal di dunia. Tujuan permainan ini adalah untuk menguasai semua petak di atas papan melalui pembelian, penyewaan dan pertukaran properti dalam sistem ekonomi yang disederhanakan.

Setiap pemain melemparkan dadu secara bergiliran untuk memindahkan bidaknya, dan apabila ia mendarat di petak yang belum dimiliki oleh pemain lain, ia dapat membeli petak itu sesuai harga yang tertera. Bila petak itu sudah dibeli pemain lain, ia harus membayar pemain itu uang sewa yang jumlahnya juga sudah ditetapkan.



Gambar 2 : Monopoli

commit to user

2. Ular Tangga

Adalah permainan untuk anak-anak yang dimainkan oleh 2 orang atau lebih. Papan permainan dibagi dalam kotak-kotak kecil dan di beberapa kotak digambar sejumlah "tangga" atau "ular" yang menghubungkannya dengan kotak lain. Permainan ini diciptakan pada tahun 1870. Tidak ada papan permainan standar dalam ular tangga - setiap orang dapat menciptakan papan mereka sendiri dengan jumlah kotak, ular dan tangga yang berlainan.

Setiap pemain mulai dengan bidaknya di kotak pertama (biasanya kotak di sudut kiri bawah) dan secara bergiliran melemparkan dadu. Bidak dijalankan sesuai dengan jumlah mata dadu yang muncul. Bila pemain mendarat di ujung bawah sebuah tangga, mereka dapat langsung pergi ke ujung tangga yang lain. Bila mendarat di kotak dengan ular, mereka harus turun ke kotak di ujung bawah ular. Pemenang adalah pemain pertama yang mencapai kotak terakhir. Biasanya bila seorang pemain mendapatkan angka 6 dari dadu, mereka mendapat giliran sekali lagi. Bila tidak, maka giliran jatuh ke pemain selanjutnya.



Gambar 3 : Ular Tangga

BAB III

Konsep Perancangan

A. Konsep Karya

1. Konsep Kreatif

Pemainan Venturo memiliki tema tentang petualangan luar angkasa dan penggambaran penerbangan antariksa berikut dengan seluk – beluknya. Hal ini bertujuan agar Venturo sebagai permainan yang hadir dalam bentuk baru yang dapat diterima oleh target *market* dan *audience* serta mengandung nilai edukasi.

Nama permainan “Venturo” sendiri di ambil dari kata *adventure* yang artinya petualangan. Nama “Venturo” sendiri di ikuti dengan “Petualangan Antariksa”. Jadi makna dari “Venturo : Petualangan Antariksa” adalah permainan petualangan di luar angkasa yang melalui berbagai rintangan berlatar perjalanan melintasi planet – planet dan menguasai properti yang ada di luar angkasa demi membangun pangkalan serta mencari sumber harta di sistem tata surya.

Berawal dari sekelompok penjelajah luar angkasa yang berkumpul dalam satu kelompok dengan nama *Penjelajah Antariksa*, yaitu penjelajah luar angkasa yang melakukan pencarian tambang dan sumber daya alam untuk di eksplorasi. *Penjelajah Antariksa* sendiri membagi divisi menjadi empat, yaitu *Komodo*, *Elang*, *Banteng*, dan *Camar*.

Di mulai dari pangkalan masing – masing divisi, para *Penjelajah Antariksa* mengawali misi dengan membangun dan melakukan riset serta

koordinasi di pangkalan divisi. Segala rintangan menghadang harus di lewati agar mampu melakukan misi pencarian dan eksplorasi luar angkasa berjalan dengan sukses.

Nilai – nilai edukatif dari permainan Venturo adalah dengan menampilkan FYI (*for your info*) di kartu Venturo. FYI ini berisi bermacam informasi tentang tata surya dan dunia antariksa yang informatif serta edukatif. Dengan bermain permainan Venturo, para pemain bisa mendapatkan informasi tentang tata surya dan dunia anatariksa sekaligus bermain bersama teman – teman.

Tidak seperti permainan modern pada umumnya, Venturo dirancang menjadi tipe permainan menggunakan interaksi fisik antar pemain. Sehingga para pemain Venturo dapat berinteraksi secara langsung dan bertatap muka dengan pemain lainnya. Dari hal tersebut permainan Venturo dapat menjadi permainan yang seru dan menarik serta edukatif.

2. Aturan Main

Permainan Venturo hadir dengan pengembangan dari permainan Monopoli. Oleh sebab itu aturan main sangat perlu di perhatikan. Berikut adalah penjabaran aturan main permainan Venturo :

- a. Mempersiapkan papan dan bidak Venturo
- b. Mencari teman untuk bermain. Maksimal empat orang dan minimal dua orang.
- c. Cek dahulu konten dan properti Venturo dalam kemasan. Antara lain :
 - 1) Papan Venturo
 - 2) Bidak Venturo

commit to user

- 3) Kartu Venturo
 - 4) Kartu properti
 - 5) Uang
 - 6) Pin hasil tambang
 - 7) Dadu
- d. Pemain diberikan modal uang 20.000 (dua puluh ribu) Verro dan 2 (dua) buah pin hasil tambang (jumlah pin hasil tambang yang diberikan dapat disesuaikan dengan persetujuan pemain).
 - e. Dimulai dengan mengambil angka dadu terbesar sebagai pemain pertama yang melangkah.
 - f. Start di lakukan dari markas setiap divisi dan melangkah searah jarum jam.
 - g. Putaran perdana tidak di perbolehkan membeli properti, tetapi perintah pada kartu Venturo tetap berjalan.
 - h. Jika menginjak properti pemain lain, maka di kenakan biaya sesuai aturan sewa kartu properti.
 - i. Jika menginjak kotak tambang, pemain diperkenankan mengambil 1 (satu) buah pin hasil tambang yang berada di tengah papan.
 - j. Jika menginjak kotak markas divisi lain, pemain diperkenankan mengambil 1 (satu) buah pin hasil tambang milik divisi tersebut dan jika pin hasil tambang milik divisi lain telah kosong diperkenankan mengambil pin hasil tambang di kotak tambang yang berada di tengah papan.
 - k. Jika menginjak kotak *Black Hole* di kenakan hukuman istirahat 1 (satu) kali putaran.

commit to user

- l. Jika menginjak kotak kartu Venturo, pemain harus mengambil kartu dan melakukan perintah sesuai misi tertulis pada kartu.
- m. Pin hasil tambang dapat di jual seharga 10.000 (sepuluh ribu) Verro.
- n. Pemain dapat menjual propertinya di bank sesuai harga tertulis.
- o. Kartu properti harus di balik jika sedang di jual.
- p. Pemain dapat membeli kembali properti yang di jual sesuai ketentuan tertulis.
- q. Mengikuti setiap perintah ketika membuka kartu Venturo
- r. Pemain yang memiliki hasil tambang terbanyak dapat di nobatkan sebagai pemenang.
- s. Pemain yang bangkrut dan tidak mempunyai pin hasil tambang di nyatakan kalah.

3. Konsep Media Promosi

Media promosi adalah salah satu media penunjang dalam merancang dan mengenalkan Venturo, dibutuhkan media – media yang berperan penting dalam proses komunikasi. Dimana media tersebut dapat mempengaruhi nilai iklan itu sendiri.

Media yang dibuat menyesuaikan dengan karakteritik tugas akhir. Dalam mempromosikan permainan Venturo agar dikenal dan dipahami khalayak umum, digunakan cara memasukkan unsur – unsur karakteristik permainan Venturo yang menarik dan unik dari permainan Venturo. Oleh sebab itu bauran promosi mencakup tema, warna, tipografi, *headline*, dan *subheadline* disesuaikan dengan karakteristik tugas akhir permainan Venturo.

commit to user

Selain itu juga diberikan nilai – nilai edukatif. Media promosi yang digunakan berisi pesan – pesan yang terkandung di dalam permainan Venturo. Selain itu mampu menampilkan keunggulan dari permainan Venturo yang tidak dimiliki permainan sejenis yang telah ada.

B. Konsep Perancangan

1. Permainan Venturo

Dalam permainan Venturo ini terdapat bagian komponen. Komponen ini mencakup tata cara bermain, papan permainan, kartu permainan, dan lain – lain dari Venturo. Berikut penjabaran komponen permainan Venturo :

a. Papan permainan

Terdiri dari 40 buah petak, meliputi :

1) Markas division Area terdiri dari 4 (empat) petak

Adalah area milik divisi masing – masing dan terikat dengan aturan serta biaya sesuai kartu tertulis. area bebas yang berisi properti dan petak kartu Venturo.

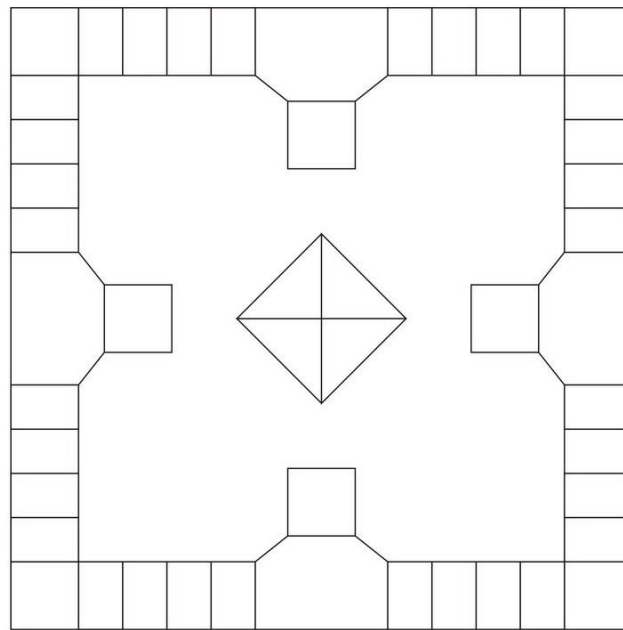
2) Kotak Venturo terdiri dari 12 (dua belas) petak

Adalah kotak dimana harus mengambil dan melaksanakan perintah kartu Venturo.

3) Properti Area terdiri dari 20 (dua puluh) petak

Adalah area properti masing – masing dan terikat dengan aturan serta biaya sesuai kartu tertulis serta bebas dimiliki setelah dibeli.

commit to user



Gambar 1 : Papan permainan Venturo

b. Bidak Venturo

Bidak Venturo memiliki beberapa model *layout* yang berbentuk pesawat dengan berbagai corak dan warna. Tiap bidak memiliki nama sendiri – sendiri sesuai warna pesawat. Berikut adalah penjabaran dari karakter Venturo :

1) Komodo

Tergabung dalam 1st Division Komodo. Memiliki warna merah. Nama komodo sendiri di ambil agar menguatkan *image* pemimpin yang berani dan pantang menyerah.

commit to user

2) Elang

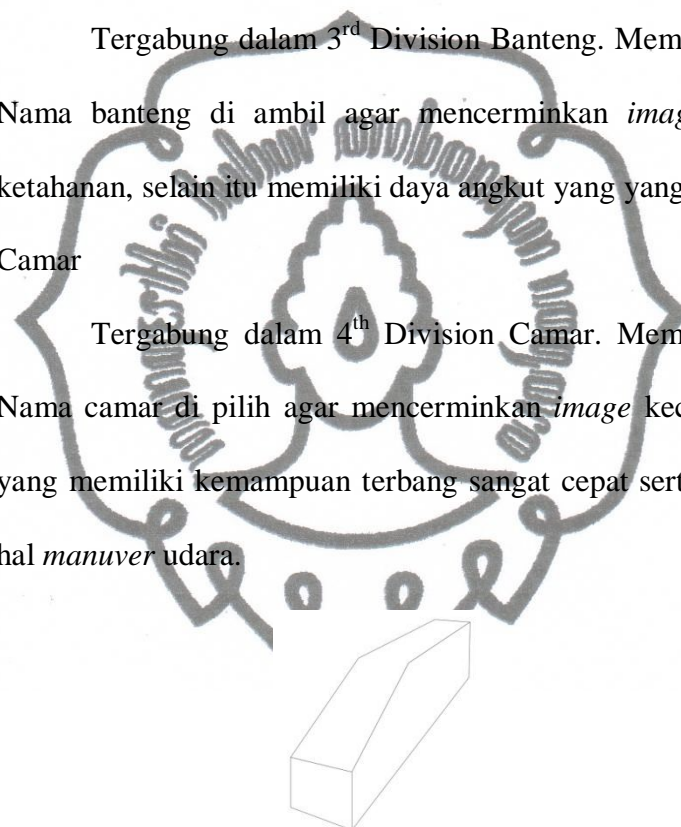
Tergabung dalam 2nd Division Elang. Memiliki warna kuning. Nama elang di ambil agar menguatkan *image* penjelajah yang memiliki kemampuan terbang jelajah sangat jauh serta tahan dari segala kondisi.

3) Banteng

Tergabung dalam 3rd Division Banteng. Memiliki warna hijau. Nama banteng di ambil agar mencerminkan *image* kekuatan dan ketahanan, selain itu memiliki daya angkut yang sangat besar.

4) Camar

Tergabung dalam 4th Division Camar. Memiliki warna biru. Nama camar di pilih agar mencerminkan *image* kecepatan dan gesit yang memiliki kemampuan terbang sangat cepat serta superior dalam hal *manuver* udara.



Gambar 2 : Bidak permainan Venturo

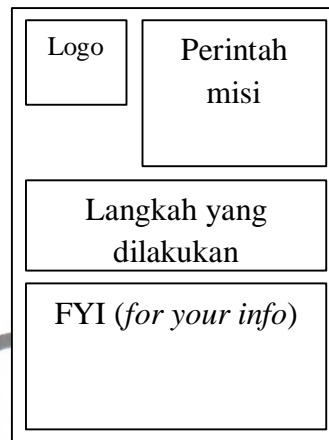
c. Kartu

Terdapat 2 jenis kartu di dalam permainan Venturo, di antaranya adalah :

1) Kartu Venturo :

Kartu Venturo memiliki layout berbentuk persegi panjang. Di dalamnya terdapat FYI (*for your info*) tentang edukasi luar angkasa
commit to user

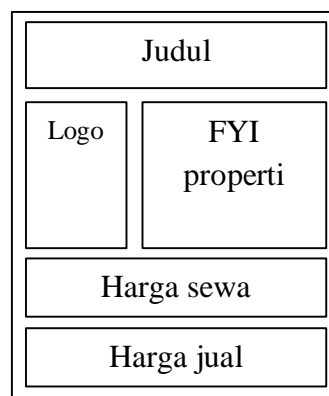
dan beraneka perintah dan panduan misi bermain. Terdapat 50 (lima puluh) buah kartu dan terbagi menjadi 8 (delapan) jenis misi.



Gambar 3 : Kartu Venturo

2) Kartu Properti :

Kartu Properti memiliki bentuk persegi panjang layaknya kartu Venturo. Di dalamnya terdapat keterangan properti berikut harga sewa dan harga jual. Selain itu terdapat pula gambar sesuai properti di dalam papan Venturo.

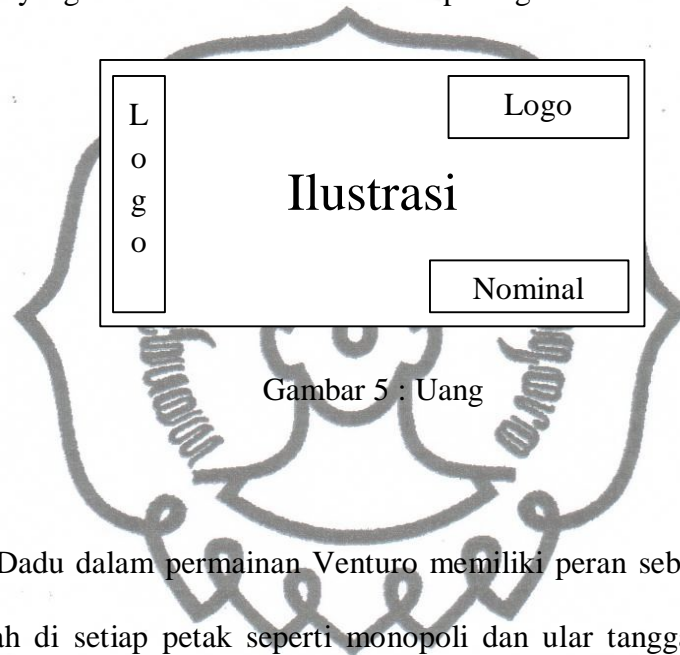


Gambar 4 : Kartu properti

commit to user

d. Uang

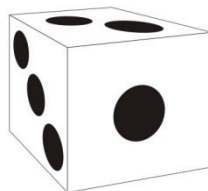
Venturo memiliki uang yang di gunakan untuk membeli dan membayar. Mata uang yang di gunakan adalah Verro yang memiliki pecahan antara 10 – 10.000 (sepuluh samapai sepuluh ribu) Verro. Hal ini terinspirasi dari permainan monopoli. Memiliki layout layaknya uang normal yang memiliki nominal dan terdapat logo serta ilustrasi.



Gambar 5 : Uang

e. Dadu

Dadu dalam permainan Venturo memiliki peran sebagai menentukan langkah di setiap petak seperti monopoli dan ular tangga. Dadu Venturo berbentuk kubus dengan warna hitam dan titik merah sebagai mata dadu.

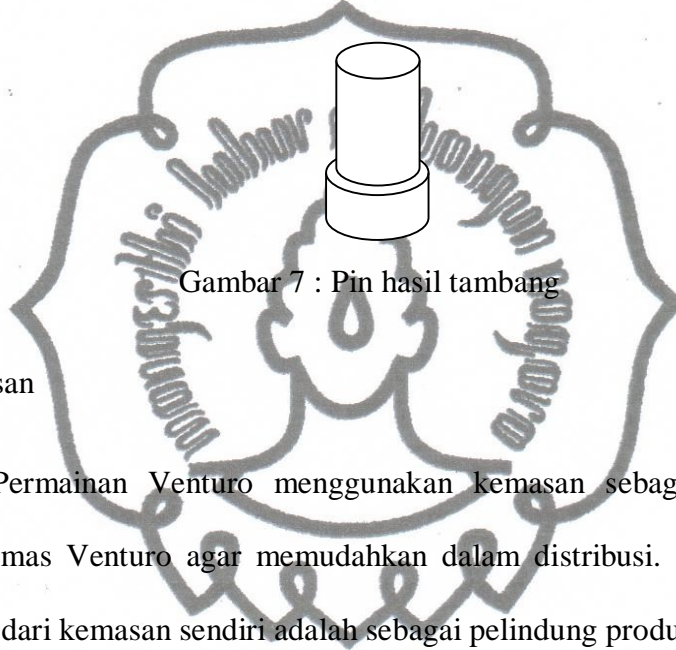


Gambar 6 : dadu

commit to user

f. Pin hasil tambang

Pin hasil tambang (*Uranium Cell*) adalah pin yang di berikan setelah mampu mencapai tambang antariksa. Mengambil kata Uranium Cell di karenakan mayoritas bahan bakar pesawat ulang alik atau satelit menggunakan senyawa Uranium (Dody Aviantara 1994:34). Sehingga kata *Uranium Cell* sendiri cocok di gunakan untuk Venturo.

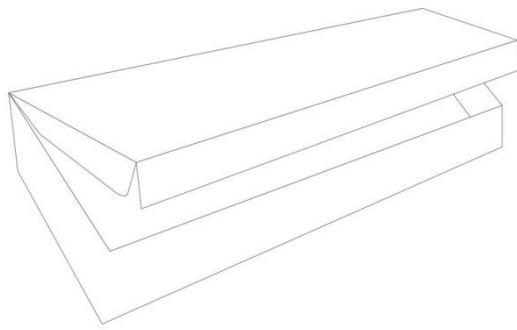


Gambar 7 : Pin hasil tambang

g. Kemasan

Permainan Venturo menggunakan kemasan sebagai wadah untuk mengemas Venturo agar memudahkan dalam distribusi. Selain itu fungsi utama dari kemasan sendiri adalah sebagai pelindung produk.

Kemasan yang di pergunakan berbentuk kotak persegi panjang dan memiliki bukaan pada permukaan bagian atas. Pada kemasan sendiri menggunakan warna yang di dominasi warna hitam berikut logo dan ilustrasi permainan Venturo.



Gambar 8 : Kemasan

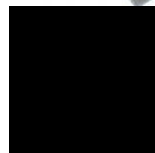
2. Media Promosi

Berikut konsep media promosi yang akan di visualisasikan dalam bentuk nyata sebagai langkah dan strategi merancang serta mengenalkan Venturo pada khalayak umum. Mencakup antara lain adalah :

a. Warna

1) Warna hitam

Memiliki makna kekal dan perlambangan luar angkasa yang luas.



C : 0

M : 0

Y : 0

K : 100

2) Warna merah

Memiliki keberanian dan semangat membara.



C : 100

M : 100

Y : 100

K : 0

commit to user

3) Warna biru

Memiliki makna keselarasan layaknya langit bumi yang damai.



C : 100

M : 100

Y : 0

K : 0

b. Headline

Dalam sebuah permainan pasti menggunakan judul berikut logo yang mencakup *headline* dan *sub headline*. Berikut penjabaran permainan Venturo :

1) *Headline* :

Headline dari Venturo adalah tulisan VENTURO yang di ambil dari kata *adventure* dan diserap menjadi kata *venturo* yang artinya petualangan.

2) *Sub headline* :

Sub headline dari Venturo adalah tulisan “Be Fun & Smart”. Hal ini bertujuan agar menguatkan image Venturo, yaitu permainan yang seru dan edukatif.

c. Tipografi

Peggunaan tipografi dalam permainan Venturo sangatlah berpengaruh dalam proses berpromosi. Hal ini erat kaitannya pada proses pemahaman dan pencitraan suatu produk. Oleh karena itu penggunaan tipografi yang tepat dapat mencerminkan karakter permainan Venturo.

Nama merek dan produk adalah apa yang membuat konsumen terkait ke produk secara mental dan emosional, sehingga tipografi yang digunakan

commit to user

harus unik terasa khas milik produk itu (Marianne Rosner Klimchuk / Sandra A. Krasovec, 2006 : 97). Berikut adalah penjabaran tipografi yang digunakan oleh permainan Venturo sebagai media promosi :

1) Bitshumisi

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Alasan memilih typografi ini karena memiliki karakter yang *elegan*, berkesan memiliki nilai *hi - tech*. Dimana *Tipeface* ini menggambarkan teknologi yang maju seiring kemajuan zaman.

2) Beast Machines

A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Alasan memilih typografi ini karena memiliki karakter nilai *hi - tech*. Dimana *Tipeface* ini menggambarkan teknologi yang maju seiring kemajuan zaman ke arah masa depan.

3) Zero Threes

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Alasan memilih typografi ini karena memiliki karakter yang *elegan*, berkesan memiliki nilai *futuristik*. Dimana *Tipeface* ini menggambarkan teknologi di bidang antariksa yang maju dan memiliki unsur pengetahuan.

commit to user

4) Arial

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Alasan memilih typografi ini karena memiliki karakter yang biasa dipakai untuk memberi informasi yang jelas dan mudah dibaca. Dimana *Tipeface* ini menggambarkan kemudahan dalam berkomunikasi dan mampu memberikan kesan *easy reading* kepada konsumen.



C. Teknik Pelaksanaan

1. Media Promosi

a. X – Banner

1) Alasan pemilihan media :

X-Banner dipilih karena bentuknya yang menarik dan *fleksible*. Sehingga *X-Banner* akan dapat menarik perhatian khalayak umum untuk membaca pesan ataupun promosi yang disampaikan.

2) Bentuk desain :

X-Banner ini dibuat dengan ukuran 60 x 160 cm. Desain yang di gunakan adalah menampilkan berbagai ilustrasi mengenai permainan Venturo yang mencakup logo, *headline*, dan *subheadline*.

3) Penempatan :

X-Banner diletakkan pada sudut dan di dekat pintu masuk ruang pameran dan *outlet*.

commit to user

b. Poster

1) Alasan pemilihan media :

Poster merupakan media yang umum digunakan dalam berpromosi. Selain itu poster dapat menarik perhatian khalayak umum untuk membaca dan memahami maksud dari promosi yang dilakukan.

2) Bentuk desain :

Poster dibuat dengan ukuran A3 (29,7 cm X 42 cm) dengan memasukkan unsur – unsur desain, antara lain ilustrasi, logo, *headline*, *subheadline* dan *bodytext*. Selain itu perpaduan dan pemilihan warna juga diperhatikan.

3) Penempatan :

Diletakkan di tempat – tempat strategis sekolah, toko mainan dan tempat dimana ramai khalayak umum. Seperti papan pengumuman sekolah, dan outlet pameran.

2. Merchandise

a. T – shirt

1) Alasan pemilihan media :

T – shirt merupakan media promosi yang tepat guna. Hal ini didasarkan pada T – shirt yang dapat digunakan dan dipakai oleh orang segala umur dan berbagai jenis kelamin maupun tingkatan sosial.

2) Bentuk desain :

Pada desain bagian depan menggunakan logo Venturo berikut *subheadline* yang bertulis “Petualangan Antariksa” dan gambar pesawat antariksa. Sedangkan pada sisi belakang hanya logo. Ukuran yang digunakan menggunakan ukuran *all size* yang cocok digunakan segala umur dan segala *gender*.

3) Penempatan :

Diberikan sebagai *merchandise* kepada pembeli yang membeli permainan Venturo sebanyak 3 (tiga) buah.

b. Pin

1) Alasan pemilihan media :

Pin merupakan media promosi yang mampu menarik perhatian karena bentuknya yang unik dan menarik.

2) Bentuk desain :

Pin yang digunakan adalah ukuran diameter 4 cm. desain yang ditampilkan adalah logo berikut warna yang cocok dengan permainan Venturo.

3) Penempatan :

Diberikan kepada pembeli permainan Venturo sebagai hadiah langsung.

c. Stiker

1) Alasan pemilihan media :

Stiker merupakan media promosi yang sangat menarik dan fleksibel.

Dapat ditempel diberbagai permukaan benda merupakan keunggulan dari stiker.

commit to user

2) Bentuk desain :

Menggunakan ukuran 10 cm X 5 cm dan menampilkan ilustrasi pesawat antariksa berikut logo, *headline*, dan *subheadline*.

3) Penempatan :

Diberikan kepada pembeli permainan Venturo sebagai hadiah langsung.

d. *Paper bag*

1) Alasan pemilihan media :

Paper bag berfungsi sebagai wadah dari kemasan secara keseluruhan permainan Venturo. Memiliki keunikan tersendiri dan sangat menarik perhatian setiap orang.

2) Bentuk desain :

Paper bag ini dibuat dengan ukuran besar yang mampu menampung kemasan permainan Venturo. Desain yang dipergunakan adalah mencakup ilustrasi dengan gambar antariksa, logo beserta *headline* dan *subheadline*, serta *bodytext*.

3) Penempatan :

Diberikan konsumen sebagai *merchandise* permainan Venturo.

BAB IV

Visualisasi Karya

A. Permainan Venturo

1. Kemasan Venturo



Gambar 1 : Kemasan bagian depan dan belakang

Visualisasi	: CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
Ukuran	: 47 cm x 26 cm x 4 cm
Format	: <i>Landscape box</i>
Bahan	: Kertas karton, siker <i>Vynil</i> , dan cat
Ilustrasi	: Logo Venturo dan ilustrasi permainan
Typografi	: Bitshumisi, Beast Machines, Arial
Teknik	: <i>Digital Printing, paint finishing</i>
Penempatan	: Toko mainan

commit to user

3. Bidak



Gambar 3 : Bidak Venturo

Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3

Ukuran : 4 cm x 2 cm x 1 cm

Format : *Landscape*

Bahan : Kertas Art paper 210 gr

Ilustrasi : Ilustrasi pesawat Venturo

Typografi : Bitshumisi

Teknik : *Digital Printing*

Penempatan : Di dalam kemasan mainan

commit to user

4. Kartu Venturo



Gambar 4 : Kartu Venturo

Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3

Ukuran : 5,5 cm x 7,5 cm

Format : *Portrait*

Bahan : Kertas Art paper 210 gr

Ilustrasi : Logo kartu dan foto luar angkasa

Typografi : Bitshumisi, Beast Machines, Arial

Teknik : *Digital Printing*

Penempatan : Di dalam kemasan mainan

commit to user

5. Kartu Properti



Gambar 5 : Kartu properti Venturo

- Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
- Ukuran : 5,5 cm x 7 cm
- Format : *Portrait*
- Bahan : Kertas *Art paper 210 gr*
- Ilustrasi : Foto luar angkasa dan logo kartu
- Typografi : Bitshumisi, Beast Machines, Arial
- Teknik : *Digital Printing*
- Penempatan : Di dalam kemasan mainan

commit to user

6. Uang Venturo

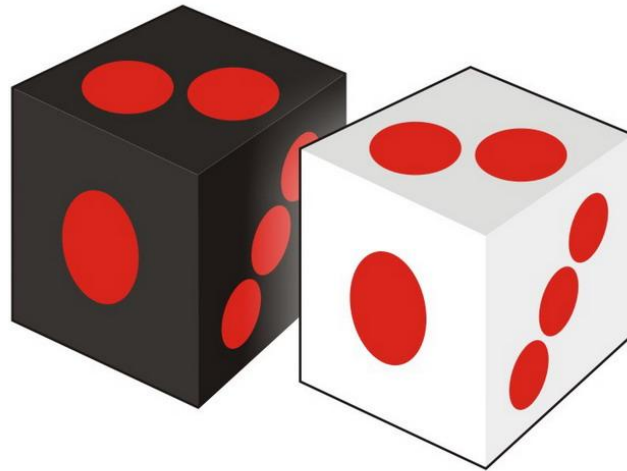


Gambar 6 : Uang Venturo

- Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
- Ukuran : 4,5 cm x 9,5 cm
- Format : *Landscape*
- Bahan : Kertas *Art paper 120 gr*
- Ilustrasi : Foto luar angkasa dan logo uang
- Typografi : Bitshumisi, Beast Machines, Arial
- Teknik : *Digital Printing*
- Penempatan : Di dalam kemasan mainan

commit to user

7. Dadu

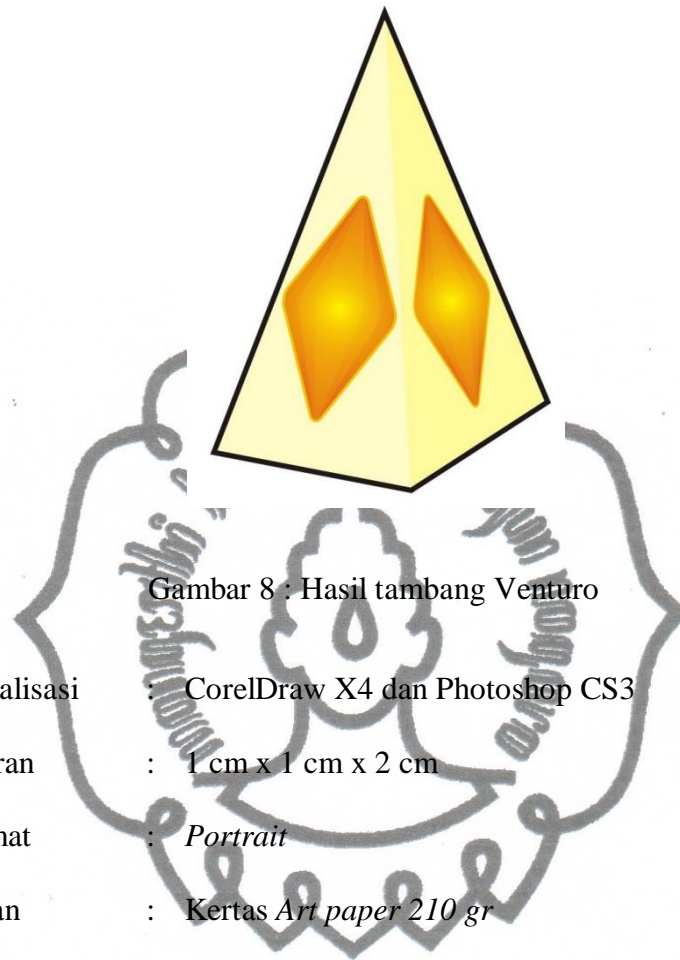


Gambar 7 : Dadu Venturo

Visualisasi	: CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
Ukuran	: 5 cm x 5 cm x 5 cm
Format	: <i>Box</i>
Bahan	: Kertas <i>Art paper 210 gr</i>
Ilustrasi	: Motif dadu
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Penempatan	: Di dalam kemasan mainan

commit to user

8. Hasil Tambang



Gambar 8 : Hasil tambang Venturo

- Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
- Ukuran : 1 cm x 1 cm x 2 cm
- Format : *Portrait*
- Bahan : Kertas *Art paper* 210 gr
- Ilustrasi : Ilustrasi tambang
- Teknik : *Digital Printing*
- Penempatan : Di dalam kemasan mainan

commit to user

9. Buklet (panduan bermain)



Gambar 9 : Buklet (panduan bermain) Venturo

- Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
- Ukuran : 13 cm x 19 cm
- Format : *Portrait*
- Bahan : Kertas Art paper 120 gr
- Ilustrasi : Foto luar angkasa, komponen Venturo
- Typografi : Bitshumisi, Beast Machines, Arial
- Teknik : *Digital Printing*
- Penempatan : Di dalam kemasan mainan

commit to user

B. Media Promosi

1. X – Banner



Gambar 10 : X - banner

Visualisasi	: CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
Ukuran	: 120 cm x 60 cm
Format	: <i>Portrait</i>
Bahan	: MMT
Ilustrasi	: Logo Venturo, ilustrasi astronot, foto luar angkasa
Typografi	: Bitshumisi, Beast Machines, Arial
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Penempatan	: Diletakkan pada sudut dan di dekat pintu masuk ruang pameran dan outlet.

2. Poster



Gambar 11 : Poster

- Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
- Ukuran : 42 cm x 33 cm
- Format : *Portrait*
- Bahan : *Art paper 210 gr*
- Ilustrasi : Logo Venturo, ilustrasi astronot, foto luar angkasa
- Typografi : Bitshumisi, Beast Machines, Arial
- Teknik : *Digital Printing*
- Penempatan : Diletakkan di tempat – tempat strategis sekolah (SD, SMP, SMU) dan tempat dimana ramai khalayak umum. Seperti di tembok, pinggir jalan, papan pengumuman sekolah (SD, SMP, SMU), dan outlet pameran.

commit to user

C. Merchandise

1. Stiker



Gambar 12 : Stiker Venturo

- Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
- Ukuran : 5 cm x 6.5 cm
- Format : *Landscape*
- Bahan : *Sticker paper 210 gr*
- Ilustrasi : Logo Venturo, ilustrasi astronot
- Typografi : Bitshumisi, Beast Machines, Arial
- Teknik : *Digital Printing*
- Penempatan : Diberikan kepada pembeli permainan Venturo sebagai hadiah langsung.

commit to user

2. Pin



Gambar 13 : Pin Venturo

- Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
- Ukuran : 4,5 cm x 4,5 cm
- Format : *Landscape circle*
- Bahan : Pin
- Ilustrasi : Logo Venturo, ilustrasi astronot, foto luar angkasa
- Typografi : Bitshumisi, Beast Machines, Arial
- Teknik : *Digital Printing*
- Penempatan : Diberikan kepada pembeli permainan Venturo sebagai hadiah langsung.

commit to user

3. Kaos / T – Shirt



Gambar 14 : Kaos Venturo

- Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
- Ukuran : Kaos S, M, L, dan XL
- Format : *Landscape*
- Bahan : Kain katun
- Ilustrasi : Logo Venturo, ilustrasi astronot
- Typografi : Bitshumisi, Beast Machines, Arial
- Teknik : *Sablon*
- Penempatan : Diberikan kepada pembeli permainan Venturo sebagai hadiah langsung setelah membeli tiga *box* permainan.

commit to user

4. *Paper bag*



Gambar 15 : *Paper bag*

- Visualisasi : CorelDraw X4 dan Photoshop CS3
- Ukuran : 30 cm x 43 cm x 7 cm
- Format : *Portrait*
- Bahan : *Art Paper 210 gr*
- Ilustrasi : Logo Venturo, ilustrasi astronot, gambar isi Venturo
- Typografi : Bitshumisi, Beast Machines
- Teknik : *Digital print*
- Penempatan : Diberikan konsumen sebagai *merchandise* dan wadah kemasan permainan Venturo.

commit to user

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Perkembangan zaman yang pesat telah membawa permainan tradisional ke bentuk lain dari sebuah permainan. Hal ini selaras dengan kemajuan teknologi pada zaman modern. Permainan modern hadir dengan memodifikasi dari permainan tradisional maupun menciptakan permainan yang benar – benar belum ada pada permainan tradisional. Sebagai contoh adalah lahirnya video game dan permainan berbasis pada komputerisasi teknologi modern. Permainan modern memiliki dampak positif dan negatif tersendiri.

Dari uraian pembahasan di atas, Venturo sebagai permainan baru yang mengadopsi model dari monopoli memiliki keunggulan yang mampu mengisi celah antara permainan tradisional dan modern. Dengan target market anak usia 6 (enam) tahun sampai 15 (lima belas) tahun, Venturo diciptakan dengan pertimbangan kreatifitas agar sesuai dengan slogan (*headline*) “*Be Fun n Smart*”. Memiliki tampilan dan tata cara bermain sedemikian rupa mampu memunculkan rasa seru untuk bermain bersama – sama. Selain itu anak dapat belajar tentang dunia antariksa melalui informasi yang edukatif dalam *FYI Venturo* beserta gambar yang mendukung.

commit to user

B. Saran

Lahirnya era video game dan permainan berbasis pada komputerisasi teknologi modern. Permainan modern memiliki dampak positif dan negatif tersendiri. Hal paling umum dari segi positif permainan modern adalah upaya mendukung kemajuan teknologi kearah yang lebih maju, sehingga tercipta berbagai bentuk dan model permainan yang baru. Jika di teliti lebih lanjut, hal ini dapat menyebabkan tergusurnya permainan tradisional yang kaya akan nilai – nilai moral dan permainan modern memiliki efek kecanduan yang berujung pada tindak penyalahgunaan teknologi serta dapat merusak psikis dari seseorang. Oleh karena itu Venturo hadir untuk mengisi kekosongan antara permainan tradisional dan modern guna mendapatkan manfaat positif dari keduanya. Adapun saran – saran lain adalah : perlunya penambahan model cara bermain agar permainan menjadi menyenangkan dan tidak membosankan serta tidak melupakan ciri khas permainan Venturo tentang antarksa yang *“Be Fun n Smart”*.