

PENGENALAN SISTEM SOSIAL-BUDAYA PASAR TRADISIONAL MELALUI DESAIN MEDIA EDUKASI INTERAKTIF

Muhammad Azzam Hafidzulhaq¹, Syarip Hidayat² dan Ganjar Gumilar³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
hafidzulhaq@student.telkomuniversity.ac.id, syarip@telkomuniversity.ac.id,
ganjargumilar@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Di tengah berkembangnya teknologi dan globalisasi, pengikisan nilai sosial-budaya dalam kelompok masyarakat tidak terhindarkan. Salah satu bukti luntarnya kultur sosial yang disebabkan oleh pertumbuhan teknologi adalah pasar tradisional atau juga dikenal dengan pasar rakyat. Pasar tradisional yang dikenal dengan suasana khas paguyuban serta sistem transaksi tawar menawar, kini tidak lagi diminati oleh generasi muda. Hal ini dikarenakan hadirnya alternatif tempat perbelanjaan lain yang lebih praktis dan gesit. Meski begitu, dengan hadirnya kemudahan tersebut muncul pula resiko masyarakat yang tumbuh menjadi komunitas yang individualis dan apatis. Terlepas dari berbagai pro dan kontra yang meliputi budaya tersebut, pasar tradisional merupakan bagian dari sejarah panjang terbentuknya komunitas lokal, yang mengawali perjalanan panjang bangsa Indonesia hingga seperti saat ini. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif melalui observasi, studi pustaka, wawancara, serta kuesioner dilakukan demi memahami lebih lanjut mengenai isu yang ada. Hasilnya, perancangan media edukasi interaktif dapat tercapai melalui permainan papan sebagai upaya pelestarian dan pengenalan nilai budaya pasar tradisional untuk generasi muda. Diharapkan dengan adanya perancangan ini dapat membangkitkan lagi nilai sosial-budaya pasar tradisional dalam komunitas yang heterogen.

Kata kunci: pasar tradisional, sosial-budaya, permainan papan

Abstract: In the midst of technological development and globalization, the erosion of socio-cultural values in community groups is inevitable. One of the proofs of the social culture fading caused by technological growth is the traditional market or also known as the people's market. Traditional markets, which are known for their unique community atmosphere and the bargaining system, are no longer in demand by the younger generation. This is due to the presence of other alternative shopping places that are more practical and faster. Even so, with the presence of these facilities also comes the risk of society growing into an individualistic and apathetic community. Apart from the various pros and cons that pervade them, traditional markets are part of a long history of local

communities, which started the long journey of the Indonesian nation to what it is today. Therefore, a qualitative approach through observation, literature study, interviews, and questionnaires is carried out to understand more about the existing issues. The result shows that designing an interactive educational media can be achieved in the form of board game as an effort to conserve and introduce cultural values of traditional market to younger generation. It is aspired for this design to be able to recover the socio-cultural value of traditional markets in heterogeneous communities.

Keywords: traditional market, socio-cultural, board game

PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan masyarakat heterogen, sejarah Indonesia tak lepas dari aktivitas sosial dan ekonomi. Letak geografis yang merupakan pusat jalur perdagangan, serta kekayaan alam yang melimpah dan beragam membuat eksistensi pasar sebagai pusat aktivitas perdagangan menjadi titik krusial dalam terbentuknya suatu peradaban.

Pasar dapat diartikan sebagai tempat berkumpul untuk kegiatan transaksi serta pusat kegiatan sosial-ekonomi masyarakat, yang secara fisik terjadi dalam suatu ruang lingkup yang dekat dengan pemukiman (Aliyah, 2020). Berdasarkan UU No 7 tahun 2014 tentang perdagangan, pasar didefinisikan sebagai lembaga ekonomi tempat usaha masyarakat yang ditata dan dibangun oleh pemerintah, serta dikelola oleh pedagang kecil dan menengah melalui proses tawar-menawar. Berdasarkan buku yang berjudul *Menguak Pasar Tradisional Indonesia* yang diterbitkan oleh Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya (2012) dipaparkan bahwa perkembangan pasar tradisional sendiri erat kaitannya dengan lanskap daerah aliran sungai besar. Area sungai yang menjadi titik temu antara pelayar yang menuju daerah pesisir serta penduduk yang tinggal di pedalaman, membuat lokasi ini sangat strategis dalam aktivitas perdagangan. Dengan meluasnya kebutuhan masyarakat untuk bahan pokok, pasar ini kemudian membuka banyak jalur bagi pedagang dari berbagai daerah. Interaksi yang dibangun dari keberagaman latar dan budaya para pelakon pasar ini mengakari

fenomena sosial-budaya yang kompleks. Tidak jarang komunitas kekeluargaan terbentuk dari hadirnya pasar sebagai titik temu bermacam individu.

Terlepas dari sejarah panjang pasar tradisional di Indonesia, di tengah rutinitas yang menuntut masyarakat untuk serba gesit dan praktis tidak dapat dipungkiri keberadaan swalayan, *minimarket* dan pusat perbelanjaan lebih diminati. Kehadiran pasar tradisional yang selalu diasosiasikan dengan orang berketerbelakangan ekonomi, menghalau generasi muda untuk berbelanja di sana (Brata, 2016). Di sisi lain, Tanjung (2019) berpendapat bahwa pasar modern yang identik dengan interaksi terbatas akan berimbas pada masyarakat individualis. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem sosial-budaya dari pasar tradisional penting untuk dilestarikan melalui perancangan media interaktif yang menyenangkan dan menarik minat generasi muda.

DASAR PENELITIAN

Perancangan Visual

Azzahra (2023) mengemukakan bahwa perancangan merupakan beberapa proses panjang dalam menciptakan suatu karya. Sementara menurut Wirawan (2016), visual merupakan segala bentuk informasi dan promosi yang melekat dalam suatu hal. Dapat disimpulkan bahwa perancangan visual merupakan upaya dalam menciptakan berbagai informasi dalam suatu karya yang dapat ditangkap mata manusia. Hal ini melingkupi penggunaan ilustrasi, pemilihan tipografi, pengaturan *layout* dan penentuan warna.

Edukasi Melalui Permainan Papan (*Board Game*)

Salah satu aspek perkembangan peradaban dapat dilihat melalui cara mereka bersenang-senang. Di saat manusia mulai membentuk komunitas yang bergantung pada peran dan tanggung jawab, hiburan hadir sebagai bentuk jeda di antara rutinitas. Salah satu bentuk hiburan yang perkembangannya dibarengi

dengan teknologi dan ilmu pengetahuan adalah permainan (*game*). Wendri (2023) menyebutkan bahwa permainan atau *game* adalah suatu kegiatan interaktif yang dilakukan oleh pemain secara sukarela mengikuti seperangkat aturan untuk menyelesaikan suatu kondisi atau konflik agar mencapai akhir yang jelas. Permainan papan atau lebih dikenal dengan *board game* atau *tabletop game* secara literal merupakan permainan yang bisa dilakukan di atas bidang datar seperti permukaan meja atau papan. Mekanisme permainan papan pun lebih mengandalkan kemampuan logika dibanding keahlian fisik.

Adaptasi nilai-nilai budaya dalam perancangan *board game* merupakan strategi yang penting demi melestarikan keanekaragaman kultural terhadap generasi muda di era modern (Aditya dkk., 2017). Silalahi (2018) berpendapat bahwa permainan adalah metode paling tepat untuk menyampaikan informasi edukasi pada anak. Fatiha (2023) juga mengemukakan bahwa mengenalkan tradisi kepada generasi muda merupakan bentuk pelestarian kekayaan warisan pendahulu.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif digunakan dalam proses perancangan untuk mengumpulkan data. Suwarsono (2016) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah cara mengolah informasi yang dikumpulkan dari manusia melalui indra pendengaran dan penglihatan sehingga menghasilkan uraian yang organik, fleksibel dan mengikuti perkembangan zaman. Data diambil melalui studi literatur, observasi lapangan, wawancara, serta kuesioner.

Studi literatur dilakukan terhadap dokumen dan karya tulis yang membahas mengenai pasar tradisional di Indonesia, terutama dari segi sosial-budaya. Observasi dan wawancara dilakukan di Pasar Ciwastra, yang berlokasi di

tepi jalan raya Ciwastra, Margasari, Kecamatan Buahbatu Kota Bandung. Kuesioner disebar melalui Google *form* dengan responden berdomisili Jawa Barat.

Selain hal tersebut, digunakan juga matriks perbandingan objek serupa dan analisis SWOT untuk lebih memahami penggunaan *board game* sebagai media edukasi dan pengenalan budaya. Sampel untuk matriks perbandingan diambil dari tiga *card game* buatan Indonesia yang memiliki tema, *gameplay*, maupun fungsi edukasi yang mirip dengan rancangan permainan yang hendak dibuat.

HASIL DAN DISKUSI

Yunadi (2019) berpendapat bahwa dalam suatu bangsa, pasar adalah jantung perekonomian karena berkembangnya suatu daerah sangat bergantung pada kelancaran perdagangan berdasarkan kebutuhan dan ketersediaan barang maupun jasa. Dengan berkembangnya teknologi digital, istilah pasar sendiri tidak hanya terbatas pada tempat temu langsung, melainkan juga melalui *platform* dalam jaringan.

Tylor (2016) dalam bukunya *Primitive Culture* menyampaikan bahwa budaya adalah sebuah sistem gagasan dan perilaku kompleks yang mencakup wawasan, keyakinan, seni, aturan, dan seluruh kebiasaan maupun kemampuan yang didapatkan manusia sebagai bagian dari komunitas. Sementara menurut Mulyana (2012) kebudayaan berfungsi sebagai suatu landasan untuk mengidentifikasi masyarakat terhadap kultur yang serupa. Sempelnya, identitas suatu bangsa tidak hanya berlandaskan subjek tiap individu, faktor biologis dan lingkungan, namun juga secara kultural dalam ruang lingkup sosial.

Sebagai pusat kebutuhan ekonomi masyarakat, interaksi sosial dan budaya tidak terelakkan. Eksistensi pasar tradisional umum dikaitkan dengan masyarakat lokal pedesaan, sehingga citra yang timbul pun erat dengan nilai-nilai yang telah dilestarikan oleh masyarakat lokal (Effendi, 2016).

Hubungan sosial dalam pasar tradisional menjunjung toleransi dan gotong royong, serta jalinan baik antara pembeli dan pedagang sehingga melahirkan ekosistem yang saling menguntungkan (Andriani & Ali, 2013). Hal ini diperkuat dengan pendapat Effendi (2016) yang mengemukakan bahwa budaya sosial pasar terletak pada sifat paguyuban. Selain itu, salah satu poin yang paling terkenal dari pasar tradisional adalah budaya transaksinya berupa tawar-menawar. Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa pasar tradisional tidak sekadar menjadi tempat memenuhi kebutuhan ekonomi, namun juga sebagai pusat berlangsungnya interaksi sosial dan terbentuknya budaya dalam suatu komunitas.

Untuk mengetahui lebih lanjut terkait subjek perancangan, dilakukan wawancara yang bersifat non-formal dan tidak terstruktur terhadap beberapa pedagang di Pasar Ciwastra. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengetahui pandangan dari sisi pedagang sebagai “tuan rumah” pasar tradisional, terkait topik permasalahan yang diangkat. Proses wawancara dilakukan sambil berbelanja melalui obrolan kasual. Berdasarkan pemaparan narasumber, dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional saat ini masih didominasi ibu-ibu rumah tangga, mengingat jam buka pasar bentrok dengan jadwal masuk sekolah dan bekerja. Tawar-menawar masih berlaku dan diterima pedagang selama masih masuk akal, dan suasana paguyuban juga masih terasa di pasar tradisional, kontras dengan pusat belanja modern yang minim interaksi sesama manusia.

Data kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih untuk berbelanja di toserba dibandingkan pasar tradisional. Hampir 75% responden berpendapat bahwa hal utama yang membuat mereka mau berbelanja di pasar adalah harganya yang murah dan dapat ditawar. Meski begitu, kondisi lingkungan yang kumuh dan kurang bersih menjadi alasan utama kenapa pasar tradisional bukan menjadi opsi utama mereka dalam berbelanja kebutuhan pokok.

Memasuki segmen utama penelitian, yaitu sosialisasi dan sistem tawar-menawar ditemukan bahwa kebanyakan responden lebih nyaman untuk

mengobrol hanya bila diharuskan mengobrol, contohnya menanyakan lokasi serta harga barang, atau bila diajak mengobrol duluan. Dari segi tawar-menawar, didapati bahwa hampir 30% responden tidak pernah menawar harga saat berbelanja. Berdasarkan alasan yang dikemukakan tiap responden, disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mendasari alasan pembeli menawar harga barang, antara lain a) Faktor kebutuhan; pembeli cenderung menawar harga bila mereka membutuhkan barang tersebut, b) Faktor perbandingan; pembeli akan menawar berdasarkan pengalaman sebelumnya membeli atau menemukan barang serupa dengan harga berbeda, dan c) Faktor empati; beberapa pembeli merasa tidak tega menawar harga karena kasihan, sementara beberapa lainnya menawar karena merasa pedagang kadang tidak jujur dan seenaknya dalam menentukan harga.

Analisis dari matriks perbandingan menghasilkan kesimpulan bahwa Sebagian besar *table-top card game* mengusung sistem *collection* dan *point-based* sehingga bersifat kompetitif. Penggunaan permainan papan sebagai media edukasi juga terbukti menyenangkan namun tetap efektif dalam mengkomunikasikan pesan. Penentuan elemen grafis, gaya visual dan warna penting diperhatikan untuk menyesuaikan tema dan pesan yang ingin ditampilkan dalam permainan.

Konsep Perancangan

Suasana paguyuban dan sistem tawar menawar adalah hal yang ditekankan dalam perancangan ini. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, kurangnya interaksi dalam pusat perbelanjaan modern menghapus nilai komunikasi sosial yang terkandung dalam paguyuban, sementara di sisi lain juga menghilangkan kesempatan tawar-menawar dengan pedagang. Maka dari itu, fokus perancangan akan mengangkat tema berbelanja, yang mengharuskan pemain untuk mengobrol dan menawar harga barang.

Perancangan mengadaptasi mekanisme dasar permainan kartu kuartet, di mana tiap pemain harus mengumpulkan empat kartu dalam kelompok yang sama, dan pemain yang mengumpulkan kelompok kartu paling banyak adalah pemenangnya. Mengacu hal tersebut, perancangan board game akan menggabungkan sistem permainan kuartet dengan proses belanja, di mana tiap kelompok merepresentasikan resep kuliner nusantara, berisi empat bahan yang harus didapatkan dengan membeli kartu bahan dari pemain lain menggunakan token “duit”. Tiap resep memiliki poin berbeda, namun beberapa memiliki bahan yang sama sehingga pemain harus strategis dalam menentukan resep mana yang ingin mereka kumpulkan. Selain itu, ditambahkan pula fitur kartu karakter yang masing-masing memiliki kemampuan unik untuk dimanfaatkan pemain sebagai strategi meraih kemenangan. Permainan akan berfokus pada kemampuan negosiasi pemain dalam menawar, cara mereka mengatur anggaran belanja, dan kemampuan mengingat kelompok resep.

Mengambil latar Bandung di era 50-an, gaya visual yang digunakan bertema retro klasik dengan kearifan lokal. Soewandikoen (2015) memaparkan bahwa kiblat gaya ilustrasi pada era 1950-1957 adalah gaya komik barat, dengan tokoh panutan Soekarno yang saat itu tidak hanya populer berkat jasanya untuk Indonesia merdeka, namun juga karena perawakannya yang gagah, wajah tampan serta kecerdasannya. Imbasnya, tokoh dalam ilustrasi yang digunakan dalam periklanan dan cergam banyak meniru gaya berpakaian Soekarno, seperti kopiah, model baju safari, serta setelan jas dan dasi. Di sisi lain, perspektif Soekarno mengenai wanita ideal juga memengaruhi cara orang menggambarkan tokoh wanita yang selalu muda, langsing dan murah senyum. Berangkat dari hal tersebut, desain karakter dalam permainan ini sedikit-banyak akan mengadaptasi visualisasi berdasarkan penjelasan di atas. Karena target utama perancangan adalah anak muda, maka desain karakter juga dibuat muda dan *diverse* dari berbagai etnis dan bentuk tubuh.

Warna yang dipilih menggunakan aksen kuning dan *muted* untuk memberikan kesan zaman dulu, dengan variasi palet warna yang memberi kesan kuno tapi tetap “*appealing*” di mata anak zaman sekarang. Pemilihan *font* dalam tipografi juga meniru gaya tempo dulu. Desain token “duit” mengambil inspirasi dari uang koin rupiah, namun dengan nilai mata uang yang disesuaikan.

Strategi Pemasaran

Agar perancangan ini dapat mencapai target pengguna primer, yaitu anak berusia 14-17 tahun yang tinggal di daerah perkotaan, maka strategi yang diambil antara lain menyebar permainan ini di berbagai titik berkumpul anak muda, seperti kafe, *creative space* dan ruang komunitas yang terdapat di Bandung. Sebagai tonggak pendidikan utama, permainan ini juga dapat disalurkan ke berbagai sekolah khususnya SMP di Bandung yang mengusung konsep *fun learning*, sehingga dapat dijadikan sebagai media praktik ajar maupun rekreasi bagi siswa dan guru di waktu luang. Selain itu, permainan ini juga dapat disertakan dalam acara atau *event* yang berkaitan dengan seni dan permainan untuk menjangkau khalayak lebih luas dengan minat yang serupa. *Merchandise* seperti gantungan kunci, kartu pos, stiker dan tas juga akan diberikan sebagai *bundle* maupun dijual terpisah. Strategi lainnya yang bisa diambil adalah dengan mengembangkan *universe* karakter yang terdapat dalam permainan ke dalam media lain, seperti komik, animasi, dan iklan, juga melakukan *expansion pack* berisi set kartu resep baru bertema kuliner Nusantara lainnya bila permainan cukup populer.

Hasil Perancangan

Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan *board game* yang berfokus pada permainan kartu. Spesifikasinya adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Spesifikasi perancangan permainan

Judul	Na-WaR : Mendjadi Penakluk Pasar!
-------	-----------------------------------

Tema	Pasar tradisional, Zaman dulu
Jumlah Pemain	2-6 pemain
Komponen	Kartu resep, kartu bahan, kartu karakter, token “duit”, <i>guide book</i>
Mekanisme	<i>Trading card, point-based</i>
Goals	Pemain dengan poin terbanyak menang
Key experiences	• Negosiasi antar pemain • Mengatur keuangan • Menyusun strategi berdasarkan kemampuan karakter, kartu yang dipegang, resep dan dana yang dimiliki.
Fitur	• Tiap kartu bahan memiliki dua kualitas; baik dan kurang. Ini akan memengaruhi perolehan poin. • Tiap kartu karakter memiliki kemampuan berbeda. Pemain bisa menentukan gaya bermain berdasarkan karakter masing-masing • Beberapa kartu resep mengandung jenis kartu bahan yang sama. Pemain dapat memanfaatkan hal tersebut untuk menyusun strategi permainan mereka.

sumber: dokumentasi penulis

Terdapat tiga jenis kartu dalam rancangan permainan ini, yaitu kartu resep, kartu bahan, dan kartu karakter. Kartu resep berjumlah 16 lembar, kartu karakter berjumlah 6 lembar, dan kartu bahan berjumlah 64 lembar. Spesifikasi kartu dapat dilihat pada tabel 2 dan 3.

Tabel 2 Spesifikasi daftar kartu permainan

Resep	Bahan			
	Utama	Pelengkap		
Siomay	Ikan	Udang	Bumbu Kacang	Tepung
Tongkol Balado	Ikan	Cabe	Bawang	Tomat

Lotek	Sayur	Kencur	Bumbu Kacang	Asam Jawa
Capcay	Sayur	Udang	Jamur	Saus Tiram
Ayam Bakar	Ayam	Minyak	Kecap	Asam Jawa
Pepes Ayam	Ayam	Daun Pisang	Kemangi	Tomat
Telur Pindang	Telur	Gula Jawa	Kecap	Teh
Martabak	Telur	Minyak	Bawang	Tepung

sumber: dokumentasi penulis

Tabel 3 daftar nama karakter dan kemampuannya

Nama Karakter	Nama Kemampuan	Efek
Amran	Murah sadja, Bung.	Tiap makanan yang dibuat dengan tiga atau lebih bahan berkualitas rendah bernilai +4 poin
Meila	Irit, Njonja!	Tiap token "duit" milikmu yang tersisa di akhir permainan bernilai +1 poin
Adjeng	Njonja Teluk	Tiap resep yang berhasil kamu kumpulkan berbahan dasar ikan dan sayur bernilai +2 poin
Utami	Primadona	Tiap resep yang dibuat dengan empat bahan berkualitas baik bernilai +2 poin
Djaka	Pro-tein!	Tiap resep yang berhasil kamu kumpulkan berbahan dasar ayam dan telur bernilai +3 poin.
Wisnu	Pas.	Tiap makanan berkualitas biasa (2 bahan kualitas baik & 2 bahan kualitas rendah) bernilai +3 poin

sumber: dokumentasi penulis

Setelah dilakukan uji coba dengan purwarupa kartu beberapa kali, maka dihasilkan visualisasi desain kartu final seperti pada gambar 1,2 dan 3.



Gambar 1 Contoh kartu bahan
sumber: dokumentasi penulis



Gambar 2 Kartu resep
sumber: dokumentasi penulis



Gambar 3 Kartu karakter
sumber: dokumentasi penulis

Spesifikasi kartu berbahan Old Mill 250g, jenis kertas non-laminasi yang bertekstur di kedua sisi dengan ukuran masing-masing kartu 6.7 x 9 cm dan sudut ditumpulkan agar tidak tajam melukai tangan. Selain kartu bermain, dalam satu set permainan terdiri dari kotak *packaging* berdimensi 11 x 16 x 6.5 cm, buklet panduan main berukuran A6 dengan jumlah 12 halaman, dan 100 keping koin “duit” berbahan dasar *hardboard* berdiameter 3 cm yang dikemas dalam kantong serut kecil.



Gambar 4 buku panduan bermain
sumber: dokumentasi penulis



Gambar 5 Koin duit
sumber: dokumentasi penulis



Gambar 6 Desain muka *packaging*
sumber: dokumentasi penulis



Gambar 7 Foto produk jadi
sumber: dokumentasi penulis

KESIMPULAN

Pasar merupakan wadah di mana semua kebutuhan masyarakat sebagai suatu bangsa dapat terpenuhi, yang melingkupi nilai sosial, budaya, ekonomi, bahkan politik sehingga menjadi aspek penting dalam perkembangan peradaban.

Pasar tradisional dari sisi sejarah dan budaya mengandung nilai-nilai norma dan adat yang penting untuk dilestarikan. Sayangnya, eksistensi pasar mulai tergerus akibat gempuran perkembangan teknologi dan globalisasi. Minat anak muda zaman sekarang untuk berbelanja di pasar tradisional pun semakin sedikit. Maka dari itu, tercetus konsep untuk melestarikan budaya pasar tradisional melalui permainan papan atau board game. Dalam perancangan ini, konsep pasar tradisional bukan mengacu pada pasar sebagai tempat, namun aspek norma dan kebiasaan yang terkandung di dalamnya.

Board game terbukti merupakan media pengenalan interaktif yang tepat untuk belajar. Memanfaatkan sifat kompetitif dan ingin tahu anak-anak, sistem permainan mengusung mekanisme kuartet dengan *twist* negosiasi tawar-menawar. Dengan begitu, selain menjadi media edukasi kultur pasar tradisional bagi anak muda, permainan ini juga bisa digunakan sebagai media rekreasi.

Permainan ini diharapkan dapat membangkitkan lagi nilai sosial-budaya pasar tradisional, meski pada akhirnya pasar tradisional sebagai tempat akan tergantikan dengan pusat perbelanjaan lain yang lebih modern, kulturenya tetap dapat dilestarikan dan dijaga.

Perancangan ini target pemainnya adalah anak 14-17 tahun, sehingga mekanismenya pun dibuat sederhana agar mudah dipahami. Saran untuk perancangan selanjutnya agar dapat melakukan eksplorasi penelitian mekanisme yang lebih kompleks dan modern, namun tetap edukatif agar permainan dapat mencakup audiens yang lebih luas. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat mendalami budaya pasar tradisional secara lebih menyeluruh untuk data yang lebih lengkap dan akurat. Pasar tradisional atau pasar rakyat di Indonesia banyak sekali jenisnya, dan tentu memiliki budaya yang variatif. Hal ini bisa menjadi pertimbangan untuk mengusung salah satu budaya khas pasar lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D. K., Koesoemadinata, M. I. P., Hidayat, S., & Wahab, T. (2018). Board Games As A New Media To Local Geniuses Narratives Case Study: Board Game Project Based On Astrological System Of Kolenjer. *Bandung Creative Movement (BCM)*, 4(1).
- Aliyah, Istijabatul. (2020). *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar dalam Konstelasi Kota* (cet.1) Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Andriyani, Marifita N., & Ali, Mohammad M. (2013). Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta. *Jurnal Teknik PWK*, 2(2), 252-269.
- Azzahra, F., Mustikawan, A. & Nastiti, N.E. (2023). *Perancangan Buku Ilustrasi Digital tentang Gaya Hidup Zero Waste (Minim Sampah) di Kabupaten Gowa*. Tugas Akhir. Fakultas Industri Kreatif. Universitas Telkom: Bandung.
- Brata, Ida B. (2016) Pasar Tradisional di Tengah Arus Budaya Global. *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, 6(1), 1-12.
- Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya. (2012). *Menguak Pasar Tradisional Indonesia* (cet.1) Jakarta: PT Mardi Mulyo.
- Effendi, Nursyirwan. (2016). Studi Budaya Pasar Tradisional dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Pedesaan: Kasus *Pasa Nagari* dan Masyarakat Nagari di Propinsi Sumatera Barat. *Jurnal Antropologi*. 18(2), 105-120.
- Fatiha, Q.M., Hidayat, S. & Desintha, S. (2023). Perancangan Media Edukasi Interaktif untuk Memperkenalkan Kembali Tradisi Neurajah Aceh untuk Menjaga Kelestarian Harimau Sumatera. *E-Proceeding of Art & Design*, 10(2), 2243-2264.
- Mulyana, Deddy. (2012). *Cultures and Communication, An Indonesian Scholar's Perspective*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Silalahi, M., Mustikawan, A., & Hidayat, S. (2019). Bejana, a Board Game As An Education Media for Elementary School Children in Bandung City. In *5th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries 2018 (5th BCM 2018)* (pp. 333-337). Atlantis Press.
- Soewardikoen, Didit W. (2015). *Visualisasi Iklan Indonesia era 1950-1957* (ed.2). Yogyakarta: Capulis.
- Suwarsono, S. (2016) "Pengantar Penelitian Kualitatif". Makalah dalam Acara Hari Studi JPMIPA-FKIP Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Tylor, Edward B. (2016). *Primitive Culture* (vol.1, Dover ed.) New York: Dover Publications.

- Wendri, T.A., Aditya, D.K., & Gumilar, G. (2023). *Perancangan Game Edukasi Sebagai Media Pembelajaran Tentang Kerajaan Islam di Sumatera*. Tugas Akhir. Fakultas Industri Kreatif. Universitas Telkom: Bandung.
- Wirawan, Adhicipta. (2022). *Yuk Bikin Board Game Edukasi* (cet.2). Surabaya: Mekanima Inspira Nagara.
- Yunadi, Ahmad. (2019). Pasar Islami Perspektif Santri (Studi Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta). *Jurnal Literasi*, 2(1), 1-28.

Sumber Lainnya

- Tanjung, Suci F. (2019). Pasar Tradisional vs Pasar Modern (Ekonomi Ed.166). Artikel diakses pada <https://baktinews.bakti.or.id> (Diakses pada 3 Maret 2023, 18.20 WIB)