

**PERANCANGAN *GAME* SIMULASI MENGENAI
PROFESI *PERFUMER***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Clara Ajeng Pungus
00000053597

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN *GAME* SIMULASI MENGENAI
PROFESI *PERFUMER***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

**Clara Ajeng Pungus
00000053597**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Clara Ajeng Pungus
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053597
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/Skripsi/ Tugas Akhir/Laporan~~
~~Magang/MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN *GAME* SIMULASI MENGENAI PROFESI *PERFUMER*

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 22 Januari 2025



(Clara Ajeng Pungus)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN *GAME* SIMULASI MENGENAI PROFESI *PERFUMER*

Oleh

Nama Lengkap : Clara Ajeng Pungus
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053597
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025

Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Cennywati, S.Sn., M.Ds.
1024128201/071277

Penguji


Hadi Purnama, S.Ds., M.M.
0313109602/083378

Pembimbing


Ester Anggun Kusumasingtyas, S.Sn., M.Ds.
0325039401/077724

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Clara Ajeng Pungus
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053597
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Game Simulasi Mengenai
Profesi *Perfumer*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 22 Januari 2025


(Clara Ajeng Pungus)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur telah dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat karunia yang telah diberikan sehingga penulisan proposal tugas akhir yang berjudul “Perancangan *Game* Simulasi mengenai Profesi *Perfumer*” dapat terselesaikan dengan baik.

Topik perancangan tersebut dipilih karena melihat informasi mengenai fenomena industri parfum yang sedang berkembang di Indonesia menarik untuk ditelusuri. Lambat laun, pandangan masyarakat mulai berubah dengan munculnya HMNS, House of Medici, Alchemist, Carl & Claire, dan *brand* parfum lokal lainnya yang mampu bertahan dan bersaing dengan pasar global.

Usaha *brand* lokal dalam menumbuhkan kepercayaan masyarakat dan mengharumkan nama Indonesia perlahan membuahkan hasil. Namun setelah digali lebih dalam, industri parfum masih dalam tahapan awal. Artinya di masa mendatang akan dibutuhkan banyak sumber daya manusia yang kompeten dalam mengisi posisi-posisi penting di dalamnya. Proposal karya tugas akhir diharapkan dapat menjawab bagaimana peranan generasi muda yang merupakan agen perubahan dan pembangunan bangsa dapat andil dalam menggerakkan industri parfum Indonesia dalam skala global.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Astri Noviani, M.Ds, selaku Dosen Bimbingan Spesialis yang telah memberikan wawasan yang membantu penyempurnaan proses perancangan tugas akhir ini.

6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman yang memberikan senantiasa memberikan dukungan moral, selalu memberikan semangat kepada penulis bahkan ketika penulis tidak percaya dengan dirinya sendiri. Karena mereka, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Karina Mandala, selaku *perfumer* yang menjadi narasumber dalam memberikan wawasan mengenai profesi *perfumer* sebagai topik dalam tugas akhir ini.
9. William Sicher Wijaya, selaku pemilik usaha minyak atsiri yang menjadi narasumber dalam memberikan wawasan tentang perkembangan industri *perfumery* di Indonesia.
10. Divanda Gitadesiani, selaku *educator* dan *perfumer* Klei Studio Academy yang menjadi narasumber dalam memberikan wawasan mengenai pelaksanaan *workshop* parfum serta bersedia memberikan izin untuk menggunakan logo dalam laporan tugas akhir ini.
11. Wiartha A. Sutra, selaku *narrative designer* yang menjadi narasumber dalam memberikan wawasan mengenai tahapan *storytelling* dalam perancangan tugas akhir ini.
12. Christian Martaleo, selaku *game artist* yang menjadi narasumber dalam memberikan wawasan mengenai penyempurnaan tampilan *user interface* perancangan tugas akhir ini.

Karya tugas akhir diharapkan dapat menginspirasi sesama, terutama rekan mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk selalu termotivasi dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial dengan karya mereka.

Tangerang, 22 Januari 2025



(Clara Ajeng Pungus)

PERANCANGAN GAME SIMULASI MENGENAI

PROFESI *PERFUMER*

(Clara Ajeng Pungus)

ABSTRAK

Indonesia memiliki industri parfum lokal yang masih dalam tahap awal dalam perkembangannya. Industri parfum Indonesia akan semakin membutuhkan sumber daya manusia dengan kompetensi tinggi dan kapasitas yang memadai akan dibutuhkan untuk mengambil posisi penting di dalamnya. *Perfumer* adalah profesi dimana seseorang memiliki keterampilan untuk meracik dan mengidentifikasi bahan dalam parfum. Informasi mengenai profesi *perfumer* di Indonesia sendiri masih terbatas. *Game* simulasi merupakan media pembelajaran yang bersifat interaktif dengan mengintegrasikan pengalaman dari dunia nyata. *Game* simulasi diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana seorang menjadi *perfumer*, persiapan diri yang perlu dilakukan, dan memutuskan untuk bergabung di industri parfum. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner bertujuan untuk memahami informasi apa saja yang mereka ketahui seputar profesi *perfumer*. Wawancara, observasi, dan studi literasi bertujuan untuk menggali informasi mengenai pengalaman profesi *perfumer* dan proses pembuatan parfum. Studi eksisting dan studi referensi dibutuhkan untuk sebagai acuan untuk membuat media informasi pengenalan profesi *perfumer* berupa *game* simulasi yang efektif. Berdasarkan hasil *alpha test* dan *beta test*, *game* simulasi dinilai efektif dalam memberikan informasi mengenai pembelajaran parfum. Untuk mendukung efektivitas media utama, dibuat media sekunder berupa iklan, konten media sosial, serta perancangan *merchandise*.

Kata kunci: *game* simulasi, profesi, *perfumer*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DESIGNING A SIMULATION GAME ABOUT PERFUMER PROFESSION

(Clara Ajeng Pungus)

ABSTRACT (English)

Indonesia local perfume industry is still in its early stages of development. The requirement for human resources with high competence and adequate capacity in Indonesian perfume industry will be highly sought to take an important position in it. Perfumer is a profession where someone has the skills to mix and identify ingredients in perfume. Information about the perfumer profession in Indonesia is still very limited. Simulation game is an interactive learning media by integrating experiences from the real world. The simulation game provides an overview of how one becomes a perfumer, the self-preparation that needs to be done, and deciding to join the perfume industry. Data collection was carried out with a questionnaire aimed at understanding what information people know about the perfumer profession. Interviews, observations, and literacy studies aim to explore information about the experience of the perfumer profession and the perfume making process. Existing studies and reference studies are needed as a reference to create information media for the introduction of the perfumer profession in the form of effective simulation games. According to the results of alpha and beta test the simulation game was received positively in providing information about perfume learning. To support its effectiveness, secondary media was created in the form of advertisements, social media content, and merchandise design.

Keywords: *simulation game, profession, perfumer*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 <i>Game</i> Digital	4
2.1.1 Prinsip pada <i>Game</i>	4
2.1.2 Elemen pada <i>Game</i>	6
2.2 <i>Game</i> sebagai Media Edukasi	9
2.2.1 Pandangan Remaja Indonesia	10
2.2.2 <i>Game</i> Simulasi	11
2.2.3 Gamifikasi dalam Pembelajaran	12
2.3 UI/UX	15
2.3.1 <i>User Experience</i> pada <i>Game</i>	15
2.3.2 <i>User Interface</i> pada <i>Game</i>	18
2.4 Parfum.....	23
2.4.1 Sejarah	24
2.4.2 Klasifikasi Aroma	24

2.4.3 Bahan.....	33
2.4.4 Teknik Ekstraksi	35
2.5 <i>Perfumer</i>	38
2.5.1 Jenis <i>Perfumer</i>	38
2.5.2 Prospek Karir <i>Perfumer</i>	39
2.5.3 Proses Kreasi <i>Perfumer</i>	40
2.6 Semiotika.....	41
2.6.1 Semiotika pada Parfum	41
2.7 Penelitian yang Relevan.....	42
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	43
3.1 Subjek Perancangan	43
3.1.1 Demografis	43
3.1.2 Geografis	44
3.1.3 Psikografis.....	44
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	45
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	47
3.3.1 Kuesioner	47
3.3.2 Wawancara	51
3.3.3 Observasi.....	55
3.3.4 Studi Eksisting.....	57
3.3.5 Studi Referensi	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	64
4.1 Hasil Perancangan	64
4.1.1 <i>Research</i>	64
4.1.2 <i>Setting Player Experience Goals</i>	76
4.1.3 <i>Brainstorming</i>	82
4.1.4 <i>Prototyping</i>	88
4.1.5 <i>Playtesting</i>	95
4.1.6 <i>Iteration</i>	96
4.2 Pembahasan Perancangan.....	102
4.2.1 Analisis <i>Beta Testing</i>	102
4.2.2 Analisis Desain <i>Game</i>	106

4.2.3 Analisis Desain Instagram <i>Feeds</i>	111
4.2.4 Analisis Desain Iklan Horizontal	113
4.2.5 Analisis Desain Iklan Vertikal	113
4.2.6 Analisis Desain <i>Download Site</i>	114
4.2.7 Analisis Iklan Digital Interaktif.....	115
4.2.8 Analisis Desain <i>Merchandise</i>	116
4.2.9 Anggaran.....	117
BAB V PENUTUP	120
5.1 Simpulan	120
5.2 Saran	121
5.2.1 Saran untuk Dosen/Peneliti.....	121
5.2.2 Saran untuk Universitas	122
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	xix



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Floral</i>	24
Tabel 2.2 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Woody</i>	27
Tabel 2.3 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Animalic</i>	27
Tabel 2.4 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Balsamic</i>	28
Tabel 2.5 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Herbaceous</i>	29
Tabel 2.6 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Agrestic</i>	29
Tabel 2.7 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Green</i>	30
Tabel 2.8 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Minty</i>	30
Tabel 2.9 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Mossy</i>	30
Tabel 2.10 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Coniferous</i>	30
Tabel 2.11 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Marine</i>	31
Tabel 2.12 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Medicated</i>	31
Tabel 2.13 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Fruity</i>	31
Tabel 2.14 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Citrus</i>	32
Tabel 2.15 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Spicy</i>	32
Tabel 2.16 Tabel Klasifikasi Aroma <i>Miscellaneous</i>	33
Tabel 2.17 Tabel Penelitian yang Relevan.....	42
Tabel 4.1 Tabel Hasil Kuesioner.....	64
Tabel 4.2 Tabel Hasil Studi Eksisting <i>Website</i>	72
Tabel 4.3 Tabel Hasil Studi Eksisting <i>Board Game</i>	73
Tabel 4.4 Tabel Hasil Studi Eksisting <i>Digital Game</i>	74
Tabel 4.5 Tabel Hasil Studi Referensi <i>Potion Craft</i>	74
Tabel 4.6 Tabel Analisis Hasil <i>Alpha Testing</i>	95
Tabel 4.7 Tabel Analisis Hasil <i>Beta Testing</i> Visual	102
Tabel 4.8 Tabel Analisis Hasil <i>Beta Testing</i> Konten	104
Tabel 4.9 Tabel Analisis Hasil <i>Beta Testing</i> Interaktivitas.....	105
Tabel 4.10 Tabel Anggaran Pengembangan Media Utama	117
Tabel 4.11 Tabel Anggaran Pemasukan Media Utama.....	117
Tabel 4.12 Tabel Anggaran Perkiraan Laba Media Utama.....	118
Tabel 4.13 Tabel Anggaran Pengembangan Media Sekunder	118
Tabel 4.14 Tabel Anggaran Pemasukan Media Sekunder	119
Tabel 4.15 Tabel Anggaran Perkiraan Laba Media Sekunder	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Mesin <i>Cold Pressing</i>	35
Gambar 2.2 Mesin <i>Hydroistillation</i>	36
Gambar 2.3 Mesin <i>Volatile Solvent Extraction</i>	36
Gambar 2.4 Mesin <i>Turbo-Distillation</i>	37
Gambar 2.5 Mesin <i>Fractional Distillation</i>	37
Gambar 2.6 Mesin <i>Supercritical Carbondioxide Extraction</i>	37
Gambar 3.1 Bekasi Perfume Fest 2024.....	55
Gambar 3.2 SEMASAQU Ideafest 2024	57
Gambar 3.3 <i>Website</i> Experimental Perfume Club	58
Gambar 3.4 Halaman <i>Fragrances</i> EPC	58
Gambar 3.5 Halaman <i>Experience</i> EPC	59
Gambar 3.6 Halaman <i>Academy</i> EPC	59
Gambar 3.7 Halaman <i>About</i> EPC.....	60
Gambar 3.8 <i>Board Game</i> Olfactory Game	60
Gambar 3.9 <i>Digital Game</i> Passport to Perfume.....	61
Gambar 3.10 Fitur <i>Shop</i>	62
Gambar 3.11 Fitur <i>Materials</i>	62
Gambar 3.12 Fitur <i>Mixing</i>	62
Gambar 3.13 <i>Potion Craft</i>	63
Gambar 4.1 Wawancara dengan <i>Perfumer</i>	68
Gambar 4.2 Wawancara dengan <i>Aromapreneur</i>	69
Gambar 4.3 Wawancara dengan <i>Workshop Educator</i>	69
Gambar 4.4 Wawancara dengan <i>Narrative Designer</i>	70
Gambar 4.5 Wawancara dengan <i>Game Artist</i>	71
Gambar 4.6 <i>Brand Mandatory</i>	75
Gambar 4.7 <i>Empathy Map</i>	77
Gambar 4.8 <i>User Persona I</i>	78
Gambar 4.9 <i>User Persona II</i>	78
Gambar 4.10 <i>User Journey I</i>	79
Gambar 4.11 <i>User Journey II</i>	80
Gambar 4.12 <i>Information Architecture</i>	81
Gambar 4.13 <i>Flowchart</i>	82
Gambar 4.14 <i>Mindmap</i>	83
Gambar 4.15 <i>Big Idea & Tone of Voice</i>	83
Gambar 4.16 <i>Moodboard</i>	84
Gambar 4.17 <i>Color Palette</i>	84
Gambar 4.18 <i>Tipografi</i>	85
Gambar 4.19 Karakter Camila	86
Gambar 4.20 Karakter Marianne.....	87
Gambar 4.21 <i>Background</i>	87

Gambar 4.22 <i>Wireframe</i>	88
Gambar 4.23 <i>Grid & Layout</i>	89
Gambar 4.24 Sketsa	89
Gambar 4.25 <i>Low Fidelity</i>	90
Gambar 4.26 <i>High Fidelity</i> Prototype Day	90
Gambar 4.27 <i>High Fidelity</i> Bimbingan Spesialis	91
Gambar 4.28 <i>High Fidelity Beta Testing</i>	91
Gambar 4.29 Perancangan Media Sekunder Instagram Feeds.....	92
Gambar 4.30 Perancangan Media Sekunder Iklan Horizontal.....	92
Gambar 4.31 Perancangan Media Sekunder Iklan Vertikal.....	93
Gambar 4.32 Perancangan Media Sekunder <i>Download Site</i>	93
Gambar 4.33 Perancangan Media Sekunder Iklan Digital Interaktif.....	94
Gambar 4.34 Perancangan Media Sekunder <i>Merchandise</i>	94
Gambar 4.35 <i>Shelf</i> pada Fitur Create Sebelum Revisi.....	97
Gambar 4.36 <i>Shelf</i> pada Fitur Create Setelah Revisi	97
Gambar 4.37 <i>Scale</i> pada Fitur Create Sebelum Revisi	98
Gambar 4.38 <i>Scale</i> pada Fitur Create Sesudah Revisi.....	98
Gambar 4.39 Fitur Decor Sebelum Revisi	99
Gambar 4.40 Fitur Decor Setelah Revisi	99
Gambar 4.41 Revisi UI Home.....	100
Gambar 4.42 Revisi UI Create	101
Gambar 4.43 Revisi UI Story.....	101
Gambar 4.44 <i>Title Screen</i>	107
Gambar 4.45 <i>Main Screen</i>	108
Gambar 4.46 <i>Create Shelf</i>	109
Gambar 4.47 <i>Create Scale</i>	109
Gambar 4.48 <i>Decor Perfume</i>	110
Gambar 4.49 <i>Decor Packaging</i>	111
Gambar 4.50 Instagram <i>Feeds</i>	112
Gambar 4.51 Instagram <i>Captions</i>	112
Gambar 4.52 Iklan Horizontal.....	113
Gambar 4.53 Iklan Vertikal.....	114
Gambar 4.54 <i>Download Site</i>	115
Gambar 4.55 Iklan Digital Interaktif.....	115
Gambar 4.56 <i>Merchandise</i>	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Presentase Turnitin.....	xx
Lampiran B Form Bimbingan dan Spesialis	xxii
Lampiran C Dokumentasi Wawancara dengan Perfumer Karina Mandala	xxiii
Lampiran D Dokumentasi Wawancara dengan Aromapreneur William Sicher Wijaya	xxiii
Lampiran E Dokumentasi Observasi Bekasi Perfume Fest	xxiv
Lampiran F Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	xxvi
Lampiran G Dokumentasi Pelaksanaan Alpha Test di Prototype Day	xxvi
Lampiran H Dokumentasi Pelaksanaan Beta Test	xxvii
Lampiran I Hasil Transkrip Wawancara dengan Perfumer Karina Mandala..	xxviii
Lampiran J Hasil Transkrip Wawancara dengan Aromapreneur William Sicher Wijaya	xxxix
Lampiran K Lembar Persetujuan Narasumber Perfumer.....	lxxxii
Lampiran L Lembar Persetujuan Narasumber Aromapreneur.....	lxxxiii
Lampiran M Lembar Persetujuan Narasumber Workshop Educator	lxxxiv
Lampiran N Lembar Persetujuan Narasumber Narrative Designer	lxxxv
Lampiran O Lembar Persetujuan Narasumber Game Artist.....	lxxxvi

