

VOLUME 28, NO. 01, NOVEMBER 2025

Analisis

<https://asmistmaria.ac.id/wp/jurnal-analisis/>

JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI

**Analisis ROA, NIM, dan BOPO
pada BPR Dana Berkah Pusakatama Kab. Sleman DIY**
Antonius Krisdianto & Susi Hermawanti

**Transformasi Makna Nonverbal
dalam Ruang Digital *Public Relations***
Ch. Kurnia Dyah Marhaeni

**Peran Literasi Keuangan dalam Pengambilan
Keputusan Finansial di Era Revolusi Keuangan Digital**
Benedicta Budiningsih

***Personal Selling* dengan Konsep AIDA
pada CV Sumber Baru Motor Yamaha Central 1 Yogyakarta**
Bonifasius Andre Satriatama & Gregorius Jarot Windarto

**Pelaporan Pajak Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi
dalam Aplikasi Perpajakan Coretax**
Petrus Sutono

**Perencanaan Produksi dan Operasi Gim “Selera Nusantara”:
Studi Kasus Gambir Studio Yogyakarta**
Agustinus Iryanto Bawa Prasetya

ISSN 1978-9750

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
ASM MARSUDIRINI SANTA MARIA YOGYAKARTA

Analisis

JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI

Dewan Redaksi

Pelindung : Dr. Kristina Wasiyati, S.Pd., M.Hum.
Pemimpin Redaksi : Dra. M.A. Susi Hermawanti, M.M.
Redaktur Pelaksana : B. Budiningsih, S.Pd., M.M.
Dewan Redaksi : Indri Erkaningrum F., SE., M.Si.
Drs. G. Jarot Windarto, M.M.
Petrus Sutono, S.E., M.M., M.Ti.

Mitra Bestari : Dr. R. Kunjana Rahardi, M.Hum.

Administrasi & Sirkulasi : Agustinus Iryanto, S.Kom.

Alamat Redaksi

Kantor : Program Studi Manajemen
ASM Marsudirini Santa Maria
Jalan Bener 14, Tegalrejo, Yogyakarta

Telepon : (0274) 585836

Faksimile : (0274) 585841

Rekening Bank : Bank Niaga Cabang Sudirman
Nomor Rekening 018-01-13752-00-3
a.n. ASMI Santa Maria Yogyakarta

Berlangganan : Langsung menghubungi Alamat Redaksi
u.p. Bagian Administrasi dan Sirkulasi

Jurnal Bisnis dan Akuntansi “Analisis” diterbitkan oleh Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta, dimaksudkan untuk mempublikasikan hasil penelitian empiris terhadap praktik dan proses bisnis kontemporer. Jurnal ini terbit dua kali setahun pada bulan November dan Mei. Redaksi menerima naskah artikel ilmiah hasil penelitian dalam wilayah bisnis dan akuntansi dari para pakar, peneliti, alumni, dan sivitas akademika perguruan tinggi.

Analisis

JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

DAFTAR ISI

**Analisis ROA, NIM, dan BOPO pada BPR Dana Berkah Pusakatama Kab. Sleman
DIY**

Antonius Krisdianto & Susi Hermawanti 1

Transformasi Makna Nonverbal dalam Ruang Digital *Public Relations*

Ch. Kurnia Dyah Marhaeni 13

**Peran Literasi Keuangan dalam Pengambilan Keputusan Finansial di Era Revolusi
Keuangan Digital**

Benedicta Budiningsih 22

**Personal Selling dengan Konsep AIDA pada CV Sumber Baru Motor Yamaha
Central 1 Yogyakarta**

Bonifasius Andre Satriatama & Gregorius Jarot Windarto 34

**Pelaporan Pajak Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Aplikasi Perpajakan
Coretax**

Petrus Sutono 42

**Perencanaan Produksi dan Operasi Gim “Selera Nusantara”: Studi Kasus
Gambir Studio Yogyakarta**

Agustinus Iryanto Bawa Prasetya 50

PERENCANAAN PRODUKSI DAN OPERASI GIM "SELERA NUSANTARA": STUDI KASUS GAMBIR STUDIO YOGYAKARTA

Agustinus Iryanto Bawa Prasetya

Abstract

Video games, especially on smart devices, have become an important part of the entertainment culture of audiences and have a broad impact on society. As a time-management genre game with a culinary theme, Selera Nusantara produced by Gambir Studio is showing influence with the goal of five million plus downloads on the Android game service. This research aims to reveal the production planning of the Selera Nusantara game. The research method used is a descriptive qualitative interview approach. The results of process research show that the production and operation of games at Gambir Studio fulfil the elements of the media economy

Keywords : Games, Media Economy, Production, Operations, Selera Nusantara

A. Pendahuluan

Permainan elektronik yang menggunakan media komputer dan konsol gim untuk video gim, telah menjadi sektor hiburan dan memengaruhi juga sektor ekonomi. Perubahan terjadi di pasar gim sejak akhir 1990-an. Bahkan pada tahun 2001, pertama kalinya di Amerika Serikat pendapatan dari sektor video gim ini mencapai angka 9,4 miliar dollar Amerika dan melampaui pendapatan industri film Amerika yang berada di angka 8,1 miliar dollar Amerika (Wirtz, 2020). Perkembangan permainan gim pun menyebar ke negara-negara lain seiring berkembangnya konsol-konsol gim yang tidak hanya diproduksi di Amerika Serikat. Di Asia ada raksasa elektronik seperti Sony yang juga mengembangkan konsol gim PlayStation. Hal tersebut memicu perkembangan gim yang dapat dimainkan di konsol Sony PlayStation.

Daya tarik konsumen pengguna konsol gim juga merambah ke Indonesia. Tidak hanya penggunaan konsol gim, pengembangan gim untuk platform gawai pintar (*smartphone*). Pada dasarnya gawai pintar merupakan difusi konsol gim dan perangkat seluler. Platform seluler menawarkan cakupan demografi yang lebih

luas karena menjangkau semua golongan usia. Lagi pula, tersedia ruang pengembangan yang hampir tidak terbatas untuk pengembangan berbagai jenis gim lama dan baru. Selain itu, gim seluler dapat memanfaatkan keunggulan kompetitif platform seluler secara intensif, seperti tersedia di mana-mana (di mana saja, kapan saja), tingkat personalisasi tertinggi tetapi di samping itu tetap terhubung erat dengan jejaring sosial. Jika melihat ke masa depan, kesadaran konteks lokasi, gim seluler juga menghadapi sejumlah tantangan, mulai dari teknologi dan ekonomi hingga kerangka kelembagaan (Feijóo & Ramos, 2010).

Sejarah pengembangan bidang video gim terus bertumbuh dan perubahan hubungan yang dinamis terjadi antara pengguna gim dengan pengembang gim. Sementara video gim pada era awal sering kali dibangun oleh satu orang, kemudian berkembang ke format tim pengembang yang makin melibatkan kelompok pengembang. Akibatnya terjadi peningkatan permintaan untuk pengembangan gim yang direncanakan dengan baik, dan untuk pengujian yang lebih konsisten terhadap audiens target gim (Jesper Juul, 2009).

Tidak hanya pria, wanita yang

memainkan gim diduga hanya mengisi waktu senggang dan untuk melewati waktu belaka. Namun yang sering terjadi tidak seperti itu, fungsi gender atau usia sebagai variabel untuk membahas klasifikasi pemain justru menjadi tidak pasti (Jesper Juul, 2009). Karakteristik dan perubahan situasi hidup juga berpengaruh besar pada kebiasaan orang bermain gim yang ditandai pada usia remaja, sudah memiliki anak, sedang bekerja, anak-anak yang pindah dari rumah, atau juga memasuki usia pensiun. Semuanya mengarah pada perubahan besar yaitu kebiasaan bermain gim.

(Boham et al., 2017)) menyatakan esensi gim dibuat untuk menciptakan hiburan dan membuat pemainnya menjadi kreatif dalam mengikuti permainan pada alur cerita gim. Namun seiring perkembangan jaman, selain sebagai *entertainment* gim juga berkembang menjadi sarana edukasi. Gim edukasi bertujuan untuk memberikan motivasi belajar kepada pengguna. Dikutip dari laman Newzoo pada tahun 2020, sejumlah 159,3 miliar dollar Amerika akan dihabiskan untuk gim di seluruh dunia, dan pada tahun 2023 pasar diperkirakan akan melampaui 200 miliar dollar Amerika (Lux, 2022).

Selain topik teknis seperti rekayasa perangkat lunak, waktu riil rendering, atau realitas virtual, topik lain yang menarik adalah bagaimana mentransfer kesuksesan gim dalam hiburan ke bidang perawatan kesehatan, pembelajaran, pengajaran, atau pelatihan kerja. Selain itu, pengaruh video gim pada orang dan budaya telah menjadi fokus psikologi dan ilmu sosial dan budaya. Gim “Selera Nusantara” merupakan gim indie produksi lokal Indonesia, secara khusus di Yogyakarta, yang dikenal sebagai kota budaya. Gim Selera Nusantara, sebagai gim produksi lokal dari Yogyakarta, mengusung ragam kasual yang menyasar pada kelompok wanita yang bukan pemain gim. Tujuan utamanya mengenalkan masakan Nusantara (Widhiyanti et al., 2022).

Perubahan perilaku konsumen yaitu keinginan agar segala sesuatu diperoleh dengan cepat dan instan. Perilaku ini menyebabkan para pengembang gim pun harus menyesuaikan perubahan ini. Di sisi lain para pengembang diharapkan juga memiliki kemampuan melakukan pemasaran secara cepat dan tepat. Dengan demikian diharapkan kebutuhan masyarakat akan gim dapat terpenuhi (Fajri, 2012).

Dalam perkembangannya, industri gim dan animasi di Indonesia memiliki kendala pada sisi produksi gim dan animasi lokal. Antara lain kurangnya pemasaran yang terukur serta bangunan yang kurang representatif yang membuat studio-studio gim dan animasi kurang dikenal oleh masyarakat umum. Selain itu kurangnya apresiasi masyarakat Indonesia terhadap video gim dan animasi produksi lokal juga menjadi penyebab kurang berkembangnya video gim dan animasi di Indonesia (Hartoyo, Suroto, & Ikhsan, 2014). Elavarthi & Chitrapu menjelaskan bahwa industri gim secara tradisional menghasilkan gim diperoleh dari sumber-sumber penjualan konsol gim, penjualan gim, royalti dan persewaan. Namun sumber penghasilan baru bisa diperoleh secara periklanan daring, *freemium*, *advergaming*, transaksi mikro dan gim dengan fitur terkunci yang harus dibuka dengan pembelian koin tertentu.

Menanggapi tantangan tersebut pengembangan lebih lanjut industri gim membutuhkan langkah-langkah berikut, pertama, diperlukan dukungan kebijakan nasional. Hal tersebut karena terkait aspek yang tidak bisa dilakukan pengembang gim seluler kecil secara langsung dibanding operator yang lebih besar, sehingga diperlukan dukungan kebijakan nasional. Kedua, diperlukan adanya pengakuan pengembang atas perubahan pasar industri gim tentang lingkungan seluler yang berubah dengan cepat dalam pengembangan jaringan telekomunikasi. Ketiga, perlu dikembangkan model bisnis baru seperti adanya pengembangan yang

bersifat parsial (Shin et al., 2014).

Gim "Selera Nusantara", produksi Gambir Studio berusaha menjawab kebutuhan konsumen gim dengan aneka cerita gim, yang terus bertambah. Dibuktikan dengan penghargaan sebagai Best Indonesian Game Developer The Lazy Award 2021 (The Lazy Monday, 2022). Sedangkan pada penyedia gim Android di Google Play Store masuk sebagai nominasi gim favorit pengguna tahun 2021 (*Users' Choice Game of 2021*, n.d.). Sampai saat penelitian dilakukan gim "Selera Nusantara" ini telah mencapai 5 juta+ unduhan di Google Play Store (*Selera Nusantara*, n.d.).

B. Pembahasan

Dalam pengertian ekonomi, "produk" adalah sesuatu yang tersedia bagi konsumen melalui transaksi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam arti luas, surat kabar, siaran radio atau televisi, film, buku, file musik, atau video game adalah contoh produk media (Elavarthi & Chitrapu, 2022). Dengan hadirnya aneka produk gim maka keinginan penggemar gim menjadi lebih bervariasi.

Seringkali masuknya unsur pengalaman dalam memainkan suatu gim, terungkap dari pemain gim yang berasal dari berbagai latar belakang pekerjaan termasuk jurnalis, pekerja industri, akademisi bahkan gamer itu sendiri. Saat memainkan gim berarti masuk dalam budaya gim tersebut (Crawford et al., 2019).

Noor (2010), juga mengamati fenomena kebutuhan perencanaan produksi dan operasi dalam sebuah usaha media. Gambir Studio dalam mencapai kesuksesan sebagai gim gawai pintar juga melewati fase perencanaan produksi dan operasi. Selain itu dalam hal perencanaan dan perubahan volume produksi untuk menaikkan/menurunkan operasi, diperlukan informasi mengenai kenaikan pendapatan untuk setiap kenaikan penjualan satu unit *output*, yang dikenal sebagai *Marginal Revenue* (MR), dan

informasi mengenai kenaikan biaya untuk setiap tambahan satu unit produksi atau *Marginal Cost* (MC). Nantinya perbandingan kedua jenis informasi ini akan membantu pihak manajemen memutuskan perlunya perubahan produksi/operasi (Noor, 2010, p. 226). Video game, film, musik populer pada awalnya dirilis sebagai produk yang bersifat tunggal, tetapi saat sudah dapat diterima di pasar, kemudian digabungkan dalam satu serial untuk mendapat nilai residu (Elavarthi & Chitrapu, 2022).

Harbott (Harbott, 2020) menguraikan tentang struktur organisasi dalam sebuah perusahaan gim yang juga diadopsi oleh Gambir Studio. Struktur organisasi di Gambir Studio terdiri dari bagian perencanaan produksi dan operasi diketuai oleh *Chief Production Officer (CPO)*, *Chief Operating Officer (COO)*, dan *Chief Creative Officer (CCO)*. CCO inilah yang bertanggungjawab pada keseluruhan rangkaian produksi dan operasi di Gambir Studio (*Home - Gambir Game Studio*, 2018).

Pengembangan gim adalah proses kreatif dan teknis yang melibatkan perancangan, pembuatan, hingga peluncuran gim. Industri gim terus berkembang, dan permintaan untuk pengembang gim yang terampil dan inovatif semakin meningkat. Aspek perencanaan dan produksi gim "Selera Nusantara" (SN) yang dirilis Gambir Studio Yogyakarta, juga dilalui dalam pembuatan gim ini. International Game Developers Association (IGDA) menerbitkan kerangka kurikulum untuk pengembangan game yang membahas pengetahuan dan keterampilan kritis yang dibutuhkan untuk pengembang game, IGDA & lainnya (seperti dikutip Loeis et al., 2023). Kerangka kurikulum IGDA terdiri dari sembilan bidang topik inti seperti dipaparkan (Mccallum et al., 2018): (1) Studi Gim Kritis, (2) Gim dan Masyarakat, (3) Desain Gim, (4) Pemrograman Gim, (5) Desain Visual, (6) Desain Audio, (7) Mendongeng Interaktif, (8) Produksi Gim,

dan (9) Bisnis gim. Gambir Studio mengambil porsi dalam tahapan studi gim, desain gim, pemrograman gim, desain visual dan desain audio, produksi gim dan bisnis gim.

Proses produksi dan operasi gim Selera Nusantara, dijelaskan dalam wawancara di Gambir Studio tanpa kehadiran Chief Executive Officer (CEO) Shafiq Husein yang dalam hal ini diwakili Mirza Muhamad selaku CPO (Chief Production Officer), COO (Chief Operation Officer) Hironimus Rian, CTO (Chief Technology Officer) Gyan M, dan CCO (Chief Creative Officer) Bayu Nugroho. Kelima anak muda ini mulai membangun perusahaan ini, menurut penuturan Mirza, diawali dari kumpul-kumpul selepas kerja. Mirza dan teman-teman pendiri Gambir Studio sebelumnya telah bekerja sebagai *game developer* di Jakarta. Sesuai penjelasan CCO, *timeline* tiap game yang diproduksi Gambir Studio dibagi menjadi 3 fase yaitu: *preproduction*, *production*, *postproduction* (*prerelease*, *post release*).

1. Tahap Pra-produksi

Berbekal idealisme dan keinginan mengembangkan sendiri gim dengan cita rasa Indonesia, Gambir Studio didirikan tahun 2016. Cita rasa Indonesia sendiri tampak dari nama gim yang disematkan pada produksi mereka seperti Bubur Ayam, Gado-gado dan lain-lain. Upaya membidik gim bergenre kuliner sebenarnya berawal dari fenomena kegemaran ibu-ibu untuk memasak. Menurut Mirza, ibu rumah tangga selepas pekerjaan rutin di rumah umumnya memiliki waktu luang yang lebih banyak. Potensi memaksimalkan waktu tersisa ibu rumah tangga atau bahkan kaum wanita yang sedang dalam waktu senggang, maka Gambir Studio menerbitkan gim bernuansa dapur. Di mana dapur identik dengan memasak, dan menyasar pada kelompok ibu rumah tangga.

Selain gim bergenis *time management*, Selera Nusantara juga menggunakan pola seperti pada tayangan sinema elektronik (sinetron) di televisi.

Sinetron juga merupakan acara televisi yang lekat dengan kaum ibu rumah tangga. Pola ini tampak pada penggunaan percakapan antara aktor-aktor dalam gim SN. Dengan menggunakan *lay-out* percakapan dua orang, tiap level dibuka dengan komunikasi antara dua orang aktor. Hal ini dikenal dengan pola *rich story*. Pengembang gim SN juga menangkap adanya pesan kekerasan yang terjadi dalam banyak gim yang beredar di Indonesia, utamanya yang berjenis FPS (First Person Shooter). Untuk menekan budaya kekerasan maka SN juga menyertakan misi *wholesome* atau kebaikan. Diharapkan bentuk kampanye kebaikan lewat SN dapat memberi nuansa nilai-nilai kebaikan kepada pemainnya.

Ekosistem game seluler masih mengikuti model tiga tahap konvensional untuk penyerapan digital secara massal: (1) pembuatan / produksi / penerbitan, (2) pengiriman / distribusi / akses dan (3) penggunaan / konsumsi / interaksi menurut Feijóo, C., et al; Fransman, M. (dikutip dalam Feijóo & Ramos, 2010). Bagian terakhir yaitu "interaksi", membuka kemungkinan pengguna turut berkontribusi pada usulan pembuatan konten dalam gim, atau pun inovasi dan bahkan efek sosial dalam penggunaan gim. Pihak Gambir Studio menyadari akan hal tersebut dan melakukan upaya menjaga *engagement* dengan para pemain atau pengguna gim SN. Saluran media sosial dimanfaatkan guna meningkatkan interaksi dengan pengguna. Aktivitas di media sosial sebisa mungkin dijaga dengan menanggapi komentar maupun usulan atau bahkan digunakan sebagai cara melihat seberapa kuat keinginan pengguna gim SN terhadap tawaran level yang baru.

Bayu Nugroho selaku CCO, mengatakan “Penggunaan fasilitas Google Trend merupakan salah satu cara lain untuk melihat sebaran pengguna gim SN dan menjadi strategi melihat animo khalayak” (Wawancara 22 Juni 2023). Dari situ dapat diketahui asal negara pengguna gim SN. Di Malaysia misalnya terdapat pula pengguna

gim SN, demikian pula di Hong Kong. Menurut Bayu, “Bisa jadi mereka adalah tenaga kerja Indonesia di luar negeri yang rindu masakan Indonesia”.

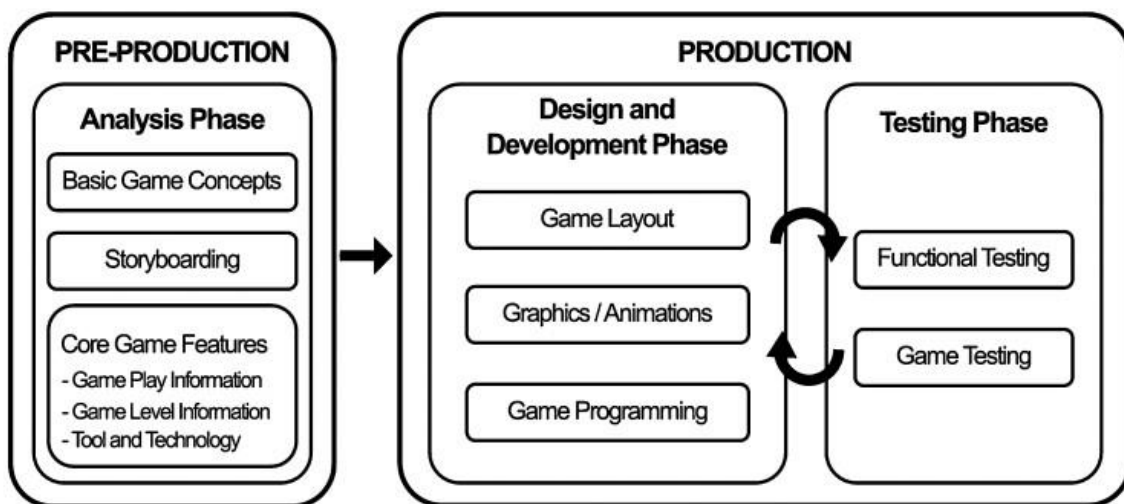
Pemilihan karakter dalam gim SN juga menjadi pertimbangan tersendiri. Mengangkat isu lokalitas dipilih karakter yang mudah diingat dan *familiar* di khalayak pengguna gim SN. Demikian juga dengan penggunaan atribut aktor atau karakter dalam gim, misalnya pengemudi ojek online (ojol), atau mahasiswa, pelajar, polisi, semua ditampilkan serealistik mungkin untuk menjaga kedekatan dengan kehidupan sehari-hari. Diharapkan hal ini menjadi cara menjaga tingkat interaksi dengan pengguna gim SN.

Pada bagian awal sebelum diproduksi gim SN, dilakukan terlebih dahulu riset pasar. Caranya dengan melakukan observasi di kalangan pengguna gim bergenre sama yaitu *time management*. Selanjutnya adalah pemilihan target pasar,

dalam hal ini seperti diungkapkan pada awal wawancara adalah kelompok wanita atau ibu rumah tangga.

Pemilihan genre gim juga mengikuti tahapan sebelumnya dengan berpatokan pada tren yang berkembang di pasar gim Indonesia. Kemudahan permainan dan sifat gim yang sederhana menjadikan SN pilihan yang terbukti dapat diterima khalayak pengguna gim. Ditandai dengan komentar atau *review* positif di portal gim Android, Google Play Store. Ponsel pintar memiliki peran penting dalam transformasi dan menjadikan gim sebagai arus utama di masyarakat. Perubahan ini telah terjadi selama perkembangan gim, yang meluas dari sekedar permainan kasual dan budaya permainan menjadi bagian yang terlihat dalam budaya dan masyarakat modern (Mäyrä & Alha, 2020).

2. Tahap Produksi



**Gambar 1. Fase dari tahapan proses pengembangan FunCopter
(Sumber : Macedo & Rodrigues, 2011)**

Dalam tahap produksi setelah *prototyping* di gim SN, Gambir Studio menggunakan konsep *timeline*. Pembuatan aset dalam gim dilakukan di sini. Aset ini berupa, gambar-gambar karakter, alat-alat masak, alat saji, makanan, minuman, skrip cerita, audio percakapan diciptakan oleh

tim kreatif. Aset-aset ini sudah termasuk layout gim, ukuran proporsi setiap gambar dan audio.

Proses *coding* juga berjalan beriringan sambil memperhitungkan layout gim. Pemrograman gim SN dilakukan menggunakan *engine* gim Unity.

Kemudahan dan fleksibilitas Unity menjadi pilihan Gambir Studio dalam memproduksi gim mereka. Platform sistem operasi gawai pintar yang didukung oleh Unity amat beragam. Penggunaan mesin grafis seperti Unity meningkatkan produktivitas secara signifikan dalam hal pengembangan game, terutama karena editor visualnya, dan kemungkinan untuk mengeksport game ke beberapa platform seluler lainnya (Macedo & Rodrigues, 2011).

Bagian akhir proses pemrograman dilakukan apa yang disebut sebagai proses *polishing*. Pada tahap ini dilakukan sinkronisasi antara bagian kreatif dan pemrograman. Penyesuaian dan penyelarasan animasi, audio, dan teks skrip percakapan, layout, dan aturan dalam gim SN. Setelah dipandang cukup kemudian masuk dalam tahapan *play testing* sebelum masuk tahap release. Tahapan *play testing* ini dirilis secara terbatas untuk mendapatkan masukan dan evaluasi dari pemain gim. Jika masih terdapat *bug* maka bagian pemrograman melakukan editing pada kode program. Demikian proses ini akan berulang hingga diperoleh hasil yang sudah memenuhi kebutuhan permainan gim.

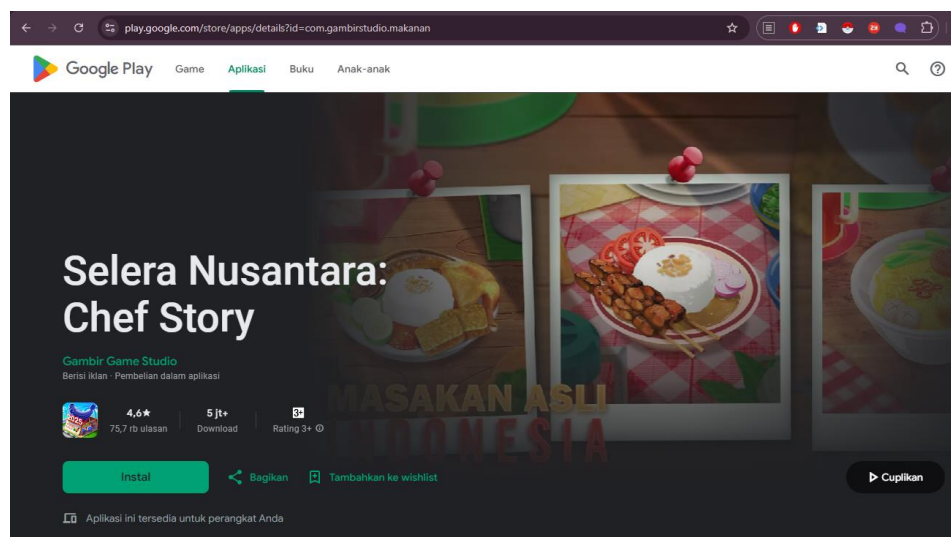
3. Pasca Produksi

Pada tahapan pasca produksi proses rilis gim SN yang sudah selesai dilakukan

di dua platform gim gawai pintar yaitu di Google Play Store dan Apple App Store. Platform penyedia gim untuk gawai pintar Apple maupun Android sengaja dipilih oleh Gambir Studio untuk menjangkau seluruh pengguna gim di kedua platform tersebut. Dari *dashboard* penyedia layanan untuk gawai pintar dapat dilihat atau dipantau seberapa banyak pengguna yang mengunduh aplikasi gim SN ini (*Aplikasi Android di Google Play*, n.d.).

Selain itu dilihat juga bagaimana respons pengguna lewat kolom komentar. Untuk menanggapi maupun usulan penambahan fitur pada gim SN maupun gim lainnya dilakukan oleh divisi media sosial yang akan menjawab pertanyaan atau usulan pengguna. Selain itu media sosial Gambir Studio dioptimalkan dengan mengunggah aktivitas sehari-hari di kantor Gambir Studio guna menjaga *engagement* pengguna.

Saat animo pengguna meningkat menjelang even tertentu seperti liburan atau bulan puasa, menurut Mirza biasanya dilakukan penambahan fitur atau *add-on* pada gim SN. Fitur ini berupa tambahan jenis makanan atau minuman yang disajikan dalam gim. Penambahan fitur baru dilakukan untuk memberikan variasi yang berbeda dalam rangkaian gim SN.



Gambar 1. Tangkapan layar gim Selera Nusantara di Google Play Store

Guna menunjang peluncuran gim SN dilakukan juga rilis ke media massa yang relevan terutama media-media daring arus utama yang memiliki pengaruh atau ketertarikan bidang industri kreatif. Selain itu juga menggunakan saluran media sosial resmi milik Gambir Studio. Even yang juga berpengaruh pada popularitas Selera Nusantara dan gim-gim lain adalah ajang bergengsi festival gim yang diselenggarakan oleh The Lazy Monday. Pada festival ini dilakukan penilaian oleh juri berkompeten pada gim-gim baik produksi Indonesia dan manca.

Pembiayaan

Proses produksi gim SN, tidak lepas dari kebutuhan keuangan atau modal. Kebutuhan permodalan sampai saat ini masih dilakukan sendiri oleh Gambir Studio. Secara khusus pada gim SN semua biaya dimasukkan dalam *planning timeline*. Pembiayaan dihitung melalui mekanisme gaji bulanan. Jika terjadi overtime maka masuk dalam mekanisme lembur. Kejadian itu dapat saja muncul apabila harus dilakukan jika sampai waktu dalam timeline terjadi keterlambatan dalam proses. Biaya ini kemudian masuk dalam pos di luar biaya yang sudah direncanakan dan masuk ke dalam *over budget*.

Sampai saat ini belum ada investor ke Gambir Studio dan semua menggunakan biaya sendiri. Akan tetapi untuk menunjang pembiayaan perusahaan Gambir Studio juga melakukan kerja sama dengan perusahaan lain berupa skema B2B atau *Business to Business*. Kerja sama ini berupa pembuatan gim atau konten-konten multimedia sesuai pesanan perusahaan yang bersangkutan. Dikutip dari laman gambirstudio.com kerjasama B2B antara lain dengan Dunia Game, Indihome, YOU.APPI, PlayGame, Sasa, Ivan Gunawan, Komik Ga Jelas, zapr, dan MAINGAME.

Di luar *partner* yang tercatat di atas, salah satu cara memperkenalkan Gambir Studio adalah menyediakan laman khusus di itch.io yang merupakan pasar terbuka

untuk pencipta digital independen dengan fokus pada permainan gim independen. Ini adalah platform yang memungkinkan siapa saja untuk menjual konten yang mereka buat. Dalam laman ini bagi pengembang gim tidak diperlukan upaya untuk mendapatkan dukungan berupa komentar, *like*, atau pengikut untuk mendapatkan persetujuan pada konten dan dapat dilakukan perubahan saat mendistribusikan suatu produk gim sesering mungkin (*About Itch.io*, n.d.).

Laman itch.io juga merupakan kumpulan beberapa kreasi unik, menarik, dan independen terbaik yang akan ditemukan di web. Tersedia berbagai konten berbayar dan gratis, siapa pun dapat melihat dan memainkan apa yang terdaftar di laman tersebut. Pihak peminat atau pemesan gim dapat menggunakan laman ini sebagai rujukan portofolio atau berkorespondensi dengan pihak pengembang gim jika menginginkan kerja sama lebih lanjut. Bagi pengguna umum dapat memanfaatkan platform ini untuk melakukan pembelian atau hanya sekedar mencoba versi gratis gim yang tersedia.

Terkait profitabilitas industri gim, *Margin Revenue* (MR) dan *Margin Cost* (MC) diperoleh juga keuntungan dari AdSense dan *In App Purchase* (IAP). Dari AdSense keuntungan diperoleh dari pemasangan iklan di gim sesuai ketentuan pihak Gambir Studio. Namun menurut Mirza belum terlalu berpengaruh signifikan terhadap keuntungan perusahaan. Justru pendapatan diperoleh dari IAP di mana, para pengguna akan membayarkan sejumlah uang guna pembelian fitur atau koin untuk meningkatkan kemampuan *chef* dalam gim. Peningkatan ini misalnya berupa level, atau pun fasilitas untuk memudahkan permainan.

Penghitungan atau peramalan terhadap titik impas atau *break even point* (BEP) dilakukan dengan menghitung penghasilan dari 2-3 bulan pertama dikurangi *cost* produksi. Jika *revenue* telah mencapai titik penghasilan maka dikatakan

mencapai titik impas atau BEP. Secara detail itu dilakukan oleh akuntan yang berkantor di Gambir Studio di Jakarta.

C. Kesimpulan

Dari keseluruhan penelitian, peneliti mendapati bahwa proses produksi dan operasi untuk pembuatan gim Selera Nusantara sudah memenuhi urutan kerja dalam sebuah proses produksi media. Rantai produksi dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan produk gim yang sangat diminati terbukti dengan tingkat unduhan dan instalasi yang tinggi. Gim Selera Nusantara juga menjadi pilihan editor di layanan gim Android, Google Play Store dan memenangkan penghargaan dan nominasi.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa gim Selera Nusantara telah menjadi produk gim yang memberi dampak keuntungan kepada perusahaan sehingga mendorong terus mengembangkan gim ini. Hubungan yang baik dengan pengguna memberikan dampak pada interaksi yang positif dan kebutuhan atau keinginan pengguna dapat terakomodasi pada level atau rilis fitur yang baru. Walau pun terkesan mudah namun tingkat kemampuan manajemen waktu dan prioritas yang baik dibutuhkan untuk dapat memainkan gim SN ini.

Saran untuk penelitian selanjutnya untuk dilakukan adalah pada unsur penciptaan nilai dari industri gim. Dengan demikian dapat diketahui bagaimana industri gim ini akan menjadi bentuk ekonomi media yang baru dan dapat menjadi pekerjaan unggulan baru di bidang media.

DAFTAR PUSTAKA

- About itch.io*. (n.d.). Itch.io. Retrieved June 27, 2023, from <https://itch.io/docs/general/about>
- Aplikasi Android di Google Play*. (n.d.). Retrieved February 24, 2026, from <https://play.google.com/store/games?hl=id>
- Boham, I. S., Sentinuwo, S., & Sambul, A. (2017). Rancang Bangun Aplikasi Game Pengenalan Sejarah Perang Tondano. *Jurnal Teknologi Informasi*, 11(1). <https://doi.org/10.35793/jti.11.1.2017.16919>
- Crawford, G., Muriel, D., & Conway, S. (2019). A feel for the game: Exploring gaming ‘experience’ through the case of sports-themed video games. *Convergence*, 25(5–6), 937–952. Scopus. <https://doi.org/10.1177/1354856518772027>
- Elavarthi, S. P., & Chitrapu, S. (2022). *Media Economics and Management*. Routledge.
- Feijóo, C., & Ramos, S. (2010). *An Analysis of Mobile Gaming Development; The role of the software platforms*. IEEE.
- Harbott, A. (2020, October 21). *What is a CTO: Ultimate guide to the Chief Technology Officer (CTO)*. Arif Harbott. <https://harbott.com/ultimate-guide-to-the-chief-technology-officer-cto/>
- Home—Gambir Game Studio. (2018, June 25). <https://gambirstudio.com/>
- Jesper Juul. (2009). *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. The MIT Press.
- Loeis, M., Hubeis, M., Suroso, A. I., & Dirdjosupartono, S. (2023). A strategy for reducing skills gap for the game

- development sector of the Indonesian creative industries. *Decision Science Letters*, 12(1), 97–106. Scopus. <https://doi.org/10.5267/j.dsl.2022.10.003>
- Lux, M. (2022). Everybody Is Going to Twitch: Game Streaming and Its Impact on Research. In M. Karmasin, S. Diehl, & I. Koinig (Eds.), *Media and Change Management*. Springer Nature Switzerland.
- Macedo, D. V. D., & Rodrigues, A. F. (2011). Experiences with Rapid Mobile Game Development Using Unity Engine Daniel. *ACM Comput. Entertain*, 9(3), 12. <https://doi.org/DOI%2520=%252010.1145/2027456.2027460%2520http://doi.acm.org/10.1145/2027456.2027460>
- Mäyrä, F., & Alha, K. (2020). *Mobile Gaming* (pp. 107–120). <https://doi.org/10.4324/9780429351815-9>
- Mccallum, S., Mishra, D., & Nowostawski, M. (2018). Enhancing software engineering education with game design and development. *International Journal of Engineering Education*, 34, 471–481.
- Noor, H. F. (2010). *Ekonomi Media*. Rajawali Pers.
- Selera Nusantara: Chef Story – Apps on Google Play*. (n.d.). Retrieved May 1, 2023, from https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gambirstudio.makanan&hl=en_GB
- Shin, S.-W., Park, S.-H., Park, Y.-W., & Moon, S.-I. (2014). A study on the development plans of smart phone game industry. *International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering*, 9(12), 421–430. Scopus. <https://doi.org/10.14257/ijmue.2014.9.12.36>
- The Lazy Monday (Director). (2022, February 12). *The Lazy Game Awards 2021 & Game Rewind* [Video recording]. https://www.youtube.com/clip/Ugkx0xOc4G5ZF0fHwYNepVlHIq8_YitAYch8
- Users’ Choice Game of 2021*. (n.d.). Retrieved May 1, 2023, from https://play.google.com/store/apps/uservoting/?id=mc_bestof2021_uv_games_page&hl=en_GB&gl=ID
- Widhiyanti, K., Dewangga, K., & Al-Mukhtar, F. (2022). Game Design Factor Questioner in User Experience Analysis on Selera Nusantara Game. *Indonesian Journal of Information Systems*, 4. <https://doi.org/10.24002/ijis.v4i2.5449>
- Wirtz, B. W. (2020). *Media Management: Strategy, Business Models and Case Studies*.

BIODATA PENULIS

Antonius Krisdianto, mahasiswa pada Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta.

Susi Hermawanti, lahir di Pekalongan 6 Maret 1968. Menyelesaikan S1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1991. Lulus Program S2 Magister Manajemen pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2002. Sejak tahun 1994 menjadi dosen tetap ASMI Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu: Manajemen Keuangan, Statistika Bisnis dan Metodologi Penelitian. Jabatan akademik Lektor IIID.

Ch. Kurnia Dyah Marhaeni, lahir di Salatiga, 31 Desember 1970. Tahun 1994 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Komunikasi Massa Fisip Universitas Sebelas Maret Surakarta. Tahun 2002 menyelesaikan pendidikan S2 Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1996 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Hubungan Masyarakat ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Mata Kuliah yang diampu: Manajemen Public Relations, Corporate Event Manajemen, Penulisan Naskah Public Relations dan Employee Relations. Jabatan Fungsional: Lektor.

Benedicta Budiningsih, S.Pd., M.M, lahir di Bantul, 14 September 1971. Tahun 1997 menyelesaikan pendidikan Sarjana Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial/Pendidikan Akuntansi FKIP USD. Tahun 2002 menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana UAJY Yogyakarta. Sejak 2001 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta mata kuliah Dasar-dasar Akuntansi, Akuntansi Biaya, Akuntansi Manajemen, Aplikasi Komputer Bisnis.

Bonifasius Andre Satriatama, mahasiswa pada Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta.

Gregorius Jarot Windarto, lahir di Yogyakarta pada tanggal 27 Februari 1965. Tahun 1991 menyelesaikan Pendidikan Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1996 menyelesaikan Pendidikan Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sejak 1992 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Penulis memiliki pengalaman mengajar untuk mata kuliah Manajemen Pemasaran, Manajemen Operasi, Etika Bisnis dan Pengantar Bisnis. Jabatan Fungsional: Lektor Penata III/c.

Petrus Sutono, lahir di Sleman tanggal 16 Juni 1970. Tahun 1996 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1998 menyelesaikan pendidikan S2 pada Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 2011 Menyelesaikan pendidikan S2 pada Program Studi Pasca Sarjana Magister Teknik Informatika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sejak tahun 1998 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu adalah Perpajakan, Sistem Informasi Manajemen, Kewirausahaan, dan Perilaku Konsumen.

Agustinus Iryanto B.P., lahir di Merauke, 2 November 1970. Tahun 2010 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Sistem Informasi, Universitas Teknologi Digital Indonesia (d/h. STMIK

AKAKOM). Tahun 2025 menyelesaikan pendidikan S2 Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 2025 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Hubungan Masyarakat ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Mata Kuliah yang diampu: Aplikasi Komputer Perkantoran, Aplikasi Komputer Kehumasan, Desain Grafis Fotografi, Produksi Media Audio Visual, Monitoring dan Analisis Media. Jabatan Fungsional:

-

PEDOMAN PENULISAN

BAHASA

1. Naskah yang diserahkan kepada Tim Redaksi ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris.
2. Naskah ditulis sesingkat dan selugas mungkin dengan mengikuti kaidah-kaidah penulisan yang baik dan benar.

FORMAT

1. Teks naskah atau manuskrip diketik dalam MS-Word setebal 15-20 halaman A-4 dengan huruf Times New Roman atau Arial 12 point spasi ganda. Khusus kutipan langsung diindent sejauh tabulasi.
2. Marjin (batas tepi) bagian atas 2 cm, bawah 4 cm, samping kanan 3 cm dan samping kiri 1,5 cm.
3. Naskah atau manuskrip diserahkan dalam rupa print-out di atas kertas putih yang dapat dibaca dengan jelas, disertai data elektronisnya dalam disket, CD, Flash Disk, atau sarana lain yang dapat diakses Tim Redaksi.
4. Pada halaman cover dicantumkan judul tulisan, nama penulis, gelar, jabatan serta institusinya, dan catatan kaki yang menunjukkan kesediaan penulis memberikan data-data lebih lanjut.
5. Pada setiap halaman (termasuk tabel, lampiran, dan acuan/kepuustakaan) diberi angka halaman urut dengan angka 1 dan seterusnya. Khusus bagian/halaman pertama tulisan tidak diberi judul dan angka halaman.
6. Jika tidak digunakan dalam tabel, daftar, unit atau kuantitas matematis, statistik, teknis keilmuan (jarak, bobot, ukuran), angka-angka harus dilafalkan (dieja) lengkap: dua kali suku bunga yang berlaku. Dalam berbagai kasus, angka perkiraan juga dieja lengkap: masa berlakunya kira-kira lima tahun.
7. Jika dipergunakan dalam konteks nonteknis, persentase dan pecahan desimal ditulis (dieja) lengkap. Jika

digunakan dalam kerangka bahasan teknis ditulis % atau

8. Kata kunci dicantumkan setelah abstrak, terdiri atas empat kata kunci, untuk membantu si pemberi indeks.

ABSTRAK

1. Panjang abstrak tidak lebih dari 200 kata, dicantumkan pada halaman tersendiri sebelum teks isi.
2. Jika naskah berbahasa Indonesia, abstrak ditulis dalam Bahasa Inggris, sebaliknya jika naskah berbahasa Inggris, abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Abstrak mencakup ikhtisar pertanyaan dan metode penelitian, temuan dan pentingnya temuan, serta kontribusinya bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
4. Judul harus dicantumkan pada halaman abstrak, dengan disertai nama penulis dan institusinya.

TABEL DAN GAMBAR

1. Semua tabel dan gambar (grafik) yang diperlukan untuk mendukung pembahasan isi naskah dicantumkan pada halaman terpisah dan ditempatkan pada akhir teks yang berkaitan.
2. Tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) diberi nomor urut dan judul sesuai dengan isi tabel dan gambar (grafik) termaksud.
3. Dalam teks harus terdapat acuan ke tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) yang dicantumkan.
4. Atas tiap tabel dan gambar (grafik) harus ditunjukkan letak persisnya dalam teks dengan mempergunakan notasi yang tepat.
5. Tabel dan gambar (grafik) harus dapat diinterpretasikan tanpa harus mengacu pada teks yang sesuai.
6. Keterangan tentang sumber dan catatan harus dicantumkan di bawah tabel atau grafik.

7. Persamaan-persamaan diberi nomor dalam kurung dan penulisannya rata margin sebelah kanan.

DOKUMENTASI

A. Acuan Karya

1. Setiap karya yang diacu dipertanggungjawabkan dengan mencantumkan nama penulis dan tahun penerbitannya sebagaimana tercantum dalam Daftar Pustaka. Kecuali itu penulis harus berusaha mencantumkan halaman karya yang diacu.
2. Contoh penulisannya: Seorang penulis (Kartajaya, 2003); dua orang penulis (Kartajaya dan Yuswohady, 2004); lebih dari dua orang penulis (Kartajaya et al. 2003), lebih dari dua sumber yang diacu bersamaan (Kartajaya, 2003; Handoko, 2004); dua tulisan atau lebih oleh seorang penulis (Kartajaya, 2003, 2004).
3. Untuk menghindari kerancuan, sebelum menuliskan angka halaman gunakan titik dua (Kartajaya, 2003:177).
4. Apabila pengarang yang diacu menerbitkan beberapa karya tulisnya sekaligus pada tahun yang sama dan semuanya harus diacu, sebaiknya digunakan akhiran a, b, c dan seterusnya: (Kartajaya, 2003a); (Kartajaya, 2003c); (Kartajaya, 2003 b; Handoko, 2004c).
5. Jika nama penulis yang diacu sudah disebutkan dalam teks, maka tidak perlu diulang: "Dikatakan oleh Kartajaya (2003:177), bahwa"
6. Jika tulisan yang diacu merupakan karya sebuah institusi, maka penulisan acuan harus menggunakan akronim atau singkatan sependek mungkin: (BEJ, 1998)
7. Jika tulisan yang diacu berasal dari kumpulan tulisan yang diketahui nama penulisnya, maka yang dicantumkan adalah nama penulis dan tahun penerbitan tulisan. Jika nama penulis tidak diketahui, maka yang dicantumkan

adalah nama penyunting dan tahun penerbitan kumpulan tulisan.

B. Daftar Acuan/Daftar Pustaka

1. Pada akhir naskah/manuskrip dicantumkan Daftar Acuan atau Daftar Pustaka dan hanya berisi karya-karya yang diacu.
2. Setiap entri dalam daftar memuat semua data yang dibutuhkan, dengan format berikut.
 - a. Acuan diurutkan secara alfabetis berdasarkan nama akhir (keluarga) pengarang pertama atau institusi yang bertanggung jawab atas karya termaksud.
 - b. Setelah tanda koma, tambahkan inisial nama depan pengarang dan selalu diakhiri tanda titik.
 - c. Setelah koma, tuliskan tahun terbit karya termaksud dan diakhiri tanda titik.
 - d. Selanjutnya tuliskan judul jurnal atau karya yang diacu, dan tidak boleh disingkat.
 - e. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama, maka penulisannya diurutkan secara kronologis (menurut tahun terbitnya).
 - f. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama dan diterbitkan pada tahun yang sama, maka penulisannya dibedakan dengan huruf yang diletakkan di belakang angka tahun.
3. Contoh Penulisan:
 - a. Majalah
Sinamo, J.H. 1999. "Learning for Success," *Manajemen*, 125, pp.3-5.
 - b. Jurnal
Klimoski, R. & S. Palmer, 1993. "The ADA and the hiring process in organizations," *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 45, pp. 10-36.

- c. Buku
Zikmund, W. G. 2000. Business research methods, 3rd edition, Orlando, The Dryden Press.

- d. Kumpulan Tulisan
Jika nama penulis diketahui:
Anderson, W. 1958. Kerangka Analitis untuk Pemasaran. Dalam A. Usmara & B. Budiningsih (Penyunting). 2003. Marketing Classic, pp 55-76, Yogyakarta: Penerbit Amara Books.

Jika nama penulis tidak diketahui:
Harianto, F, & S. Sudomo, 1998. Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia, pp. 25-134.

- e. Tesis/Disertasi
Sanusi, E.S. 2001. Faktor-faktor permintaan dan penawaran yang mempengaruhi premium asing di Bursa Efek Jakarta, Tesis tidak diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

- f. Artikel On-Line
Meyer, A.S. & K.Bock. 1992. Employee assistant programs supervisory referrals: Characteristics of referring and nonreferring supervisors (On-Line), Available <http://Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html>

CATATAN KAKI

1. Catatan kaki tidak digunakan untuk menuliskan acuan.
2. Catatan kaki hanya digunakan untuk memberikan informasi lebih lanjut atas suatu pokok bahasan, yang jika dicantumkan dalam teks dapat mengganggu kesinambungan tingkat keterbacaan teks.
3. Catatan kaki diletakkan pada akhir teks yang hendak dijelaskan, ditandai dengan nomor urut angka Arab yang ditulis superskrip.
4. Keterangan catatan kaki diketik dengan spasi ganda pada bagian bawah halaman yang berkaitan, ditandai (diawali) dengan angka Arab yang sesuai dan diketik superskrip.